

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Industri mebel atau furnitur di Kabupaten Tulungagung mengalami perkembangan yang pesat selama beberapa dekade terakhir. Salah satu produsen dari industri tersebut terletak di Jalan Mawar, Desa Kalidawir, Kecamatan Kalidawir, Kabupaten Tulungagung yang bernama *Hand Made* Mebel atau yang lebih dikenal dengan nama *HM* Mebel. *HM* Mebel terkenal dengan produsen mebel atau furnitur yang menggunakan bahan baku yang berkualitas tinggi dengan menggunakan kayu jati yang selanjutnya dibuat meja, kursi, almari, kusen, pintu, jendela, serta aksesoris yang juga berbahan dasar kayu. Industri *HM* Mebel ini memiliki kreativitas dan inovasi dalam menghasilkan produk mebel yang unik dan menarik. Dengan menggabungkan keahlian tradisional dengan desain modern dan menciptakan produk mebel yang sesuai dengan tren terkini.

Selain mengutamakan kualitas produk, *HM* Mebel juga menyadari bahwa kepuasan pelanggan merupakan hal yang penting untuk keberlangsungan bisnis yang dijalankan. *HM* Mebel berusaha untuk memahami kebutuhan dan preferensi dari para pelanggan dengan seksama dan memberikan solusi yang tepat jika terdapat permasalahan produk yang dikeluhkan pelanggan. *HM* Mebel juga memberikan pelayanan yang

responsif dan ramah, menjawab pertanyaan pelanggan dengan cepat dan menawarkan bantuan jika diperlukan. Dengan menyediakan produk berkualitas dan pelayanan yang baik, *HM* Mebel dapat menciptakan pengalaman yang positif bagi pelanggan, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

Kepuasan pelanggan menurut Kotler (2014) merupakan perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Dari definisi tersebut dapat dikatakan apabila kinerja produk tidak sesuai dengan harapan pelanggan dan bila harapan yang ditetapkan terlalu rendah, maka pelanggan tersebut akan merasa tidak puas dan berujung kecewa, jika kinerja sesuai harapan maka pelanggan akan merasa puas, namun apabila kinerja produk melampaui harapan, maka pelanggan akan merasa gembira dan sangat puas. Selanjutnya, menurut Rondonuwu dan Komalig dalam jurnal Purnomo Edwin Setyo (2017) kepuasan konsumen diukur dari sebaik apa harapan konsumen atau pelanggan terpenuhi. Dijelaskan juga beberapa indikator dari kepuasan pelanggan, yaitu terpenuhinya harapan konsumen, konsumen yang memberikan rekomendasi kepada pihak lain, kualitas layanan, konsumen yang loyal, dan lokasi.²

Kepuasan pelanggan memiliki peranan yang sangat penting dalam kesuksesan suatu bisnis. Di mana ketika pelanggan merasa puas dengan

² Indri Kartini Tampanguma, Johny A. F Kalangi, dan Olivia Walangitan, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Es Miangas Bahu Kota Manado" dalam <https://ejournal.unsrat.ac.id>, diakses 29 Desember 2023

produk atau layanan yang mereka terima, mereka cenderung menjadi pelanggan loyal yang akan kembali membeli dan merekomendasikannya kepada orang lain. Kepuasan pelanggan juga dapat membantu membangun citra positif perusahaan di mata masyarakat, sehingga dapat meningkatkan reputasi dan daya saing bisnis. Kepuasan pelanggan akan muncul apabila kualitas pelayanannya baik, di mana kualitas pelayanan yang baik mencakup lima dimensi, meliputi bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati. Dengan terciptanya kepuasan pelanggan, dapat memberikan beberapa manfaat diantaranya hubungan yang baik antara perusahaan dengan pelanggan, memungkinkan pembelian ulang, dan terciptanya loyalitas pelanggan.³

Strategi merupakan pilihan pola tindakan atau rencana tentang apa yang ingin dicapai perusahaan dan hendak menjadi apa suatu organisasi di masa 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 Dalam menjalankan bisnis, terdapat banyak strategi yang dapat diterapkan. Salah satunya adalah strategi pelayanan, yang dibuat agar perusahaan dapat menyusun dan menganalisis tindakan pelayanan yang tepat untuk diterapkan pada bisnisnya. Strategi ini telah melalui berbagai

³ Muhammad Iqbal, "Analisis Strategi Pelayanan untuk Meningkatkan Jumlah Pelanggan Pada PT. Jaya Masawan Palembang Square dalam <http://jurnal.umb.ac.id>, diakses 29 Desember 2023

⁴ Muhammad Husni Mubarak, *Manajemen Strategi*, (Kudus: DIPA STAIN, 2009), h. 59

analisis dan fenomena yang telah dilewati oleh pengelola sebelum membuat keputusan yang tepat.

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. Strategi yang biasa digunakan dalam membangun nilai pelanggan dikenal dengan istilah “*generic value strategic*” dengan memberikan manfaat lebih dengan biaya yang lebih rendah dibandingkan pesaing (*more for less*) dan memberi manfaat yang lebih dengan biaya yang sama besar bila dibandingkan pesaing (*more for same*). Oleh sebab itu, strategi kualitas pelayanan mempunyai peranan penting untuk mencapai tujuan tersebut. Tjiptono menyatakan bahwa strategi kualitas pelayanan atau jasa harus mencakup dengan adanya atribut layanan penerima manfaat layanan, pendekatan untuk penyempurnakan kualitas jasa layanan dan umpan balik untuk evaluasi dan perbaikan yang berkesinambungan.⁵

Selain pentingnya menerapkan strategi pelayanan yang baik, bisnis juga harus dijalankan sesuai dengan peraturan dan etika yang ada. Etika bisnis sendiri merupakan seperangkat prinsip dan nilai-nilai yang mengatur perilaku bisnis dalam berinteraksi dengan konsumen, pesaing, karyawan, dan masyarakat secara umum. Suatu bisnis yang menjalankan etika bisnis

⁵ Septi Handayani, Desi Isnaini, dan Nonie Afrianty, “Strategi Pelayanan Untuk Meningkatkan Kepuasan Konsumen Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Pada Toko My Lova Kota Bengkulu)” dalam <https://jurnal.unived.ac.id>, diakses 11 Desember 2023

yang baik cenderung memperoleh kepercayaan dari konsumen dan masyarakat serta membangun reputasi yang positif.

Bisnis tidak dapat berjalan tanpa dasar dan etika. Bisnis, terutama dalam strategi pelayanan, harus memiliki etika dan moral saat menjalankannya. Kepuasan pelanggan memiliki keterkaitan yang erat dengan etika bisnis. Etika bisnis mendorong pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan dapat memahami harapan dan kebutuhan pelanggannya. Sehingga perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan.

Bisnis selama ini, dikesankan sebagai usaha mencari keuntungan sebanyak-banyaknya, bahkan harus ditempuh dengan cara kotor dan tidak etis. Bisnis berjalan sebagai proses yang telah menjadi aktivitas manusia untuk memaksimalkan keuntungan dan meminimumkan biaya perusahaan. Sedangkan etika dianggap sebagai penghambat bisnis dalam memperoleh laba yang tinggi ditengah persaingan yang ketat di era globalisasi saat ini.⁶ Hal ini dapat dilihat pada masih banyak pedagang yang melakukan kecurangan dalam menentukan harga, timbangan dan kualitas barang.

⁶ Moch. Choirul Fahmi, *Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Membangun Loyalitas Pelanggan di Toko Bursa Sajadah Surabaya*, (Surabaya: Skripsi, 2019), h. 2

Maka dari itu, kajian mengenai etika bisnis Islam perlu diterapkan oleh pelaku usaha muslim agar dalam menjalankan usahanya tidak terjadi penyimpangan, karena bisnis yang sehat adalah bisnis yang beretika. Tujuan etika bisnis Islam berfungsi sebagai standar penentu baik buruk aktifitas bisnis dan sebagai analisis untuk mengevaluasi bisnis agar sesuai dengan ajaran Islam mencapai falah. Dengan aspek etika ini diharapkan menjadi sebuah rujukan pelaku usaha muslim untuk menentukan prinsip yang dipakai dalam menjalankan usahanya. Adapun dalam pandangan bisnis Islam terdapat lima aksioma kunci yang mengatur etika bisnis islam, yaitu: kesatuan, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan kebajikan.⁷

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 harapannya.⁸

⁷ Yudhita Meika Wardani dan Ahmad Ajib Ridlwan, "Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Membangun Loyalitas Pelanggan Pada PT. Tanjung Abadi" dalam <https://ejournal.almaata.ac.id>, diakses 22 Oktober 2023

⁸ H. Darmawati, "Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam: Ekplorasi Prinsip Etis Al Qu'an dan Sunnah" h. 62

Bisnis merupakan tulang punggung perekonomian suatu negara. Bisnis dapat beroperasi dalam berbagai skala, mulai dari usaha kecil hingga perusahaan multinasional. Bisnis dan industri saling terkait satu sama lain. Industri menyediakan bahan baku atau produk bagi bisnis untuk diolah atau dijual kepada konsumen. Bisnis, di sisi lain, memainkan peran penting dalam mengembangkan industri melalui investasi, inovasi, dan pengembangan pasar. Industri merujuk pada sektor ekonomi yang berperan dalam produksi barang atau jasa secara massal. Dalam industri, bisnis berperan sebagai entitas yang menjalankan kegiatan produksi, distribusi, dan penjualan barang atau jasa.

Industri mebel merupakan salah satu sektor industri yang terus mengalami perkembangan di Indonesia. Hal ini didukung dengan melimpahnya Sumber Daya Alam (SDA) berupa kayu dan pengrajin yang kreatif dan terampil. Selain itu, perkembangan industri mebel di Indonesia selama ini juga tidak lepas dari berbagai kebijakan yang ditempuh oleh pemerintah. Pemerintah sebagai regulator, fasilitator dan stimulator, telah menyusun dan melaksanakan kebijakan dan berbagai program dalam pengembangan industri mebel atau furnitur. Beberapa instansi yang terkait dalam pengembangan industri mebel atau furnitur khususnya yang berorientasi ekspor, antara lain Kementerian Perindustrian, Kementerian

Perdagangan, Perbankan, Kementerian Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah (KUKM).⁹

Industri mebel juga merupakan salah satu sektor padat karya yang menjadi penopang kemajuan ekspor Indonesia. Saat ini, industri furnitur mampu menyerap tenaga kerja lebih dari 143 ribu orang dan jumlah perusahaan yang tergabung sebanyak 1.114 ribu unit usaha. Sepanjang lima tahun terakhir, kinerja ekspor industri furnitur Indonesia terus meningkat hingga 77,9%. Nilai ekspor furnitur pada 2021 mencapai USD2,8 miliar atau naik sebesar 33% dibandingkan 2020. Sedangkan pada 2022, ekspor industri furnitur kayu dan rotan terpantau cukup stabil di angka USD2,9 miliar. Pemerintah menargetkan pertumbuhan industri furnitur sebesar USD5 miliar di 2024, sehingga perlu dilakukan beberapa langkah strategis seperti peningkatan ekspor dan substitusi impor. Selain itu, diharapkan juga lebih banyak produk furnitur yang dijual di platform *e-commerce* Indonesia.¹⁰

Berbagai daerah di Indonesia seperti Jepara, Solo, Cirebon, Bali, dll menjadi penyumbang ekspor industri mebel terbesar di Indonesia. Selain daerah-daerah tersebut, Kabupaten Tulungagung juga berperan dalam mengembangkan industri mebel di Indonesia. Hal ini dapat dilihat dari adanya bahan baku berupa kayu yang melimpah dan kreativitas yang dimiliki oleh masyarakat Tulungagung. Dan saat ini banyak ditemukan

⁹ Wasis Gunadi, "Prospek Dan Strategi Bersaing Pada Industri Furniture Berbahan Baku Kayu Jati" dalam <https://journal.universitassuryadarma.ac.id>, diakses 30 Desember 2023

¹⁰ Haryo Limanseto, "Tingkatkan Kualitas dan Daya Saing Produk, Pemerintah Bidik Pasar Ekspor Industri Furnitur Makin Luas", dalam <https://ekon.go.id>, diakses 30 Desember 2023

adanya produsen mebel atau furnitur di Kabupaten Tulungagung yang dapat memunculkan persaingan bisnis.

Industri mebel yang ingin berkembang dan ingin mendapatkan keunggulan bersaing harus dapat menyediakan produk yang berkualitas dan harga yang bersaing. Dengan persaingan yang semakin ketat di mana semakin banyak produsen mebel yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, setiap bisnis harus berfokus pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utamanya. Hal ini karena, dalam konsep pemasaran sendiri, kepuasan pelanggan merupakan awal tumpuan dalam menciptakan keberhasilan keuntungan yang hendak dicapai oleh suatu perusahaan.

Perusahaan juga harus menyadari bahwa pelayanan yang baik adalah salah satu faktor penting yang dapat membedakan mereka dari para pesaing. Kualitas pelayanan yang baik dapat menciptakan pengalaman yang positif di benak pelanggan dan dapat membantu perusahaan untuk memenangkan persaingan dalam jangka panjang. Di mana ketika pelanggan merasa bahwa perusahaan mendengarkan kebutuhan dan keinginan mereka, memberikan solusi yang tepat, dan memberikan pengalaman yang positif, maka pelanggan cenderung merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Tidak peduli seberapa bagus produk jasa yang ditawarkan, jika tidak ada pelayanan yang baik, maka lambat laun akan dijauhi pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan aset berharga bagi perusahaan, karena pelanggan

yang puas cenderung menjadi pelanggan setia dan berpotensi memberikan dukungan jangka panjang.

Penelitian ini dilakukan dengan alasan untuk mengetahui strategi pelayanan yang dilakukan oleh *Hand Made (HM)* Mebel dalam meningkatkan kepuasan pelanggan untuk menjamin kemajuan bisnis yang sedang dijalankan pada saat ini. Di mana kepuasan pelanggan merupakan faktor penting dalam kemajuan suatu bisnis. Kepuasan pelanggan yang diberikan juga akan mendapatkan citra positif di benak para konsumen. Untuk dapat mencapai hal tersebut, *HM* Mebel dapat menerapkan strategi pelayanan berupa memberikan pelayanan yang responsif dan ramah, menjawab berbagai pertanyaan dan keluhan dari para pelanggan. Selain itu, dalam berbisnis juga harus sesuai dengan prinsip yang ada dalam etika bisnis Islam. *HM* Mebel juga harus menerapkan etika bisnis Islam dalam hal pelayanan untuk meningkatkan kepuasan para pelangganya. Agar tercipta suatu bisnis yang tetap mementingkan kemaslahatan umat.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian berjudul **“Strategi Pelayanan dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Ditinjau dari Etika Bisnis Islam pada Industri *Hand Made (HM)* Mebel Kalidawir di Desa Kalidawir Kecamatan Kalidawir Kabupaten Tulungagung”**.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan fokus penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pelayanan industri *Hand Made (HM)* Mebel Desa Kalidawir untuk meningkatkan kepuasan pelanggan?
2. Bagaimana etika bisnis Islam memandang strategi pelayanan pada industri *Hand Made (HM)* Mebel Desa Kalidawir untuk meningkatkan kepuasan pelanggan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mendeskripsikan strategi pelayanan yang diterapkan industri *Hand Made* Mebel Desa Kalidawir dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.
2. Untuk mendeskripsikan etika bisnis Islam memandang strategi pelayanan yang diterapkan industri *Hand Made* Mebel Desa Kalidawir dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

D. Batasan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang masalah di atas, peneliti mengidentifikasi masalah-masalah yang terkandung di penelitian, yaitu strategi pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan ditinjau dari etika bisnis Islam pada industri *Hand Made* Mebel Desa Kalidawir, Kecamatan Kalidawir, Kabupaten Tulungagung.

Selain itu, adanya batasan masalah pada penelitian ini bertujuan untuk menghindari adanya pembahasan yang berlebihan yang tidak terkendali. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membahas mengenai apa saja yang tercantum dalam fokus penelitian. Maka, dalam penelitian ini diperlukan batasan agar terfokus untuk membahas apa yang sudah menjadi tujuan penelitian ini. Batasan masalah dalam penelitian ini adalah terfokus pada strategi pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan ditinjau dari etika bisnis Islam pada industri *Hand Made* Mebel Desa Kalidawir.

E. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan oleh peneliti nantinya dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan dapat menambah wawasan terkait dengan topik strategi pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan ditinjau dari etika bisnis Islam, serta menjadi bahan referensi atau acuan dalam melakukan penelitian mengenai masalah yang serupa.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Tempat Penelitian

Peneliti berharap hasil dari dilakukannya penelitian ini nantinya dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dan masukan bagi industri *Hand Made (HM)* mebel terkait dengan pentingnya strategi pelayanan dan penerapan etika bisnis Islam dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

b. Bagi UIN SATU Tulungagung

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menambah kepustakaan Universitas Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, serta dapat dijadikan untuk referensi bagi mahasiswa khususnya bagi mahasiswa jurusan ekonomi syariah.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat digunakan sebagai tambahan referensi atau acuan bahan rujukan bagi penulis selanjutnya untuk mengkaji bidang yang sama dengan variabel dan objek yang berbeda.

F. Penegasan Istilah

Dalam penelitian ini terdapat beberapa istilah yang perlu ditegaskan agar lebih mudah dipahami dan tidak ada kesalahpahaman yang terjadi. Beberapa penegasan tentang istilah-istilah yang ada dalam penelitian yaitu:

1. Strategi pelayanan merupakan upaya organisasi atau perusahaan untuk mencapai sasaran yang diinginkan dengan bentuk memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan agar tercipta kepuasan dalam benak pelanggan. Strategi pelayanan yang digunakan berupa bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati.
2. Kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja/hasil produk yang dipikirkan terhadap kinerja/hasil yang diharapkan. Terdapat lima indikator dalam kepuasan pelanggan, diantaranya terpenuhinya harapan konsumen,

- merekomendasikan kepada pihak lain, kualitas layanan. loyal, dan lokasi.
3. Etika bisnis dalam perspektif Islam merupakan nilai-nilai etika Islam dalam aktivitas bisnis yang telah dipaparkan dalam Al-Quran dan Hadits, oleh sebab itu, pelaksanaan bisnis harus tetap berpegang pada ketentuan syariat. Adapun prinsip-prinsip etika bisnis Islam adalah kesatuan, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab, kebenaran: kebajikan dan kejujuran.
 4. Industri Furniture/Mebel adalah industri yang mengolah bahan baku atau bahan setengah jadi dari kayu, rotan, dan bahan baku lainnya, sehingga menjadi produk mebel yang mempunyai nilai plus dan manfaat yang lebih tinggi dari sebelumnya.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam skripsi, berisi tentang isi keseluruhan skripsi yang meliputi bagian awal, bagian isi, dan bagian akhir. Untuk memudahkan dalam memahami isi dari skripsi, maka sistematikanya yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini terdiri dari latar belakang, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, identifikasi dan batasan penelitian, penegasan istilah, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Pada bab ini diuraikan berbagai teori tentang strategi pelayanan, kepuasan pelanggan, etika bisnis Islam, penelitian terdahulu, dan kerangka konseptual.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi tentang pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknis analisis data, pengecekan keabsahan temuan dan tahap-tahap penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Pada bab ini membahas tentang paparan data dan temuan penelitian yang diperoleh selama melakukan penelitian. Paparan data tersebut diperoleh dari pengamatan, wawancara, dan deskripsi informasi lainnya.

BAB V PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi tentang pembahasan yang terkait dengan hasil temuan di lapangan yang dilakukan oleh peneliti mengenai strategi pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan ditinjau dari etika bisnis Islam pada industri *Hand Made* Mebel Desa Kalidawir.

BAB VI PENUTUP

Pada bab ini terdiri dari kesimpulan dan saran.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN