

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Di zaman sekarang persaingan bisnis saat ini semakin ketat, jika pada suatu perusahaan mampu menciptakan nilai dengan menyediakan suatu barang maupun jasa yang memiliki kualitas tinggi dan dapat memberikan kualitas pelayanan yang memuaskan para konsumennya sehingga dapat mengalahkan persaingan. Nilai pemenuhan kebutuhan dan tuntutan serta pada kualitas pelayanan sangat bergantung melalui kepuasan pelanggannya. Bisnis retail atau eceran memiliki perkembangan yang cukup pesat, ditandai dengan semakin banyaknya bisnis retail tradisional yang memulai membenahi dirinya menjadi bisnis retail modern bahkan sampai dengan memunculkan retail modern yang baru.

Perubahan dan perkembangan kondisi pada pasar retail juga menuntut untuk mengubah paradigma ritail menjadi yang lebih modern. Sebuah retail modern di Indonesia telah menggeser retail tradisional. Pada sepuluh tahun terakhir pasar retail modern dengan jenis hypermarket, swalayan (supermarket) dan minimarket telah menyusul maraknya pembangunan mall atau pusat perbelanjaan di kota-kota besar. Ritail besar seperti hypermarket dan department store yang dapat menarik minat pengunjung bahkan mulai merambah ke kota maupun kabupaten terutama jenis swalayan dan minimarket.

Bisnis retail saat ini telah tumbuh pesat di pinggiran kota, dengan mengingat lokasi pemukiman semakin banyak di daerah tersebut. Semakin berkembangnya pasar modern (retail) dapat memberikan banyak pilihan kepada para konsumennya dalam menentukan produk mana yang akan dibeli, tempat mana yang akan dijadikan tujuan belanja, serta ditempat belanja mana yang kira-kira memiliki kualitas dan harga yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.² Dengan banyaknya pilihan pasar retail saat ini yang menjadikan para pengusaha agar lebih memperhatikan pandangan konsumen agar retail yang telah dibangunnya menjadi pilihan dan tujuan berbelanja banyak konsumen sehingga dapat mendatangkan lebih banyak pelanggan dan keuntungan dari bisnis tersebut.

Gambar 1.1
Jumlah Retail di Indonesia Menurut Jenis Pada Tahun 2019-2022³



Sumber: <https://dataindonesia.id>

² Rahmi Rosita, “ Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, Kualitas Produk, Pelayanan, Harga, dan Kenyamanan Berbelanja Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Lotte Mart Bekasi Junction”, *Jurnal Ilmiah Widya Ekonomika*, Vol. 1, No. 2 (2016), h. 98.

³ Data Indonesia, “Jumlah Toko Retail di Indonesia”, <https://dataindonesia.id/industri-perdagangan/detail/jumlah-toko-retail-di-indonesiasebanyak-398-juta-pada-2022>, diakses 27 Desember 2023.

Berdasarkan tabel 1.1 diatas dapat dilihat bahwa jumlah toko retail di Indonesia sebanyak 3,98 juta unit pada tahun 2022. Berdasarkan data Euromonitor, jumlah itu menurun 0,9% dibandingkan pada tahun sebelumnya yang sebanyak 4,02 juta unit. Sesuai dengan jenisnya, toko kelontong tradisional menjadi retail yang paling banyak di Indonesia tercatat mencapai 3.94 juta unit hingga tahun lalu yang setara dengan 98,78% dari seluruh retail yang ada di dalam negeri. Kemudian, jumlah toko kelontong tradisional mengalami penurunan 1% dibandingkan pada tahun 2021 yang sebanyak 3,97 juta unit.

Retail yang berbentuk toko serba ada (toserba) memiliki total sebanyak 41.453, dengan jumlah tersebut terdapat kenaikan 4,38% dibandingkan pada tahun yang sebelumnya yang sebanyak 39.714 unit. Kemudian, sebanyak 5.455 retail merupakan spesialis makan, minuman, atau tembakau yang memiliki peningkatan menjadi 2,27% dibandingkan pada 2021 yang sebanyak 5.334 unit. Sebanyak 1.544 retail yang berupa supermarket dan retail jenis hypermarket di Indonesia tercatat sebanyak 298 unit atau tumbuh 1,36%.

Dengan melihat banyaknya jumlah retail khususnya pada swalayan yang ada di Indonesia, hal ini dapat mempengaruhi timbulnya persaingan yang ketat antara pasar swalayan yang satu dengan lainnya, sehingga pada setiap swalayan harus meningkatkan kualitas pelayanannya dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik maupun beretika.

Bisnis merupakan unit organisasi yang seharusnya memiliki sebuah strategi dari seorang manajer dengan tanggung jawab pada penjualan dan laba maupun keuntungan profit. Pada saat ini pertumbuhan bisnis cukup tinggi, bertumbuhnya usaha-usaha dengan produk yang sejenis maka akan terjadi persaingan dalam merebutkan pangsa pasar dan konsumen. Dengan semakin ketatnya persaingan pada bisnis maka akan menjadikan seorang pebisnis harus mampu dalam mengolah sumber data dan juga peluang yang ada guna dijadikan kekuatan dalam bisnisnya.⁴

Setiap perusahaan pastinya ingin mencapai suatu keberhasilan, sehingga dalam mencapai hal tersebut memerlukan strategi dalam menghadapi persaingan yang semakin lama semakin ketat. Pada sebuah usaha yang baik dan jujur dapat mempengaruhi minat beli para konsumen sehingga usaha tersebut dapat berjalan sesuai yang telah diinginkan. Dunia perdagangan merupakan salah satu hal yang sangat penting dalam kehidupan manusia, sehingga dalam menjalankan usahanya ada beberapa hal yang perlu diterapkan yaitu dengan memberikan pelayanan yang baik. Pelayanan yang baik dalam dunia bisnis perlu diwujudkan dalam sebuah usaha untuk mendatangkan konsumen-konsumen baru dan mempertahankan konsumen-konsumen lama.⁵

Di Kabupaten Tulungagung tepatnya di kecamatan Bandung terdapat salah satu swalayan yang sangat ramai dikunjungi konsumen yaitu

⁴ David A. Aaker, *Manajemen Pemasaran Strategi* (Jakarta: Salemba Empat, 2008), h. 39..

⁵ Nanda Bella Fidanty Shahnaz, Wahyono, "Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Di Toko Online", *Management Analysis Journal*, (2016), h. 398.

Swalayan Toserba Amanah. Salah satu cabangnya yang beralamat di Jl. Raya Bandung Campurdarat RT 3/RW. 1, Desa Contong, Kecamatan Bandung, Kabupaten Tulungagung, yang merupakan retail yang masuk pada kategori swalayan namun dengan skala yang lebih kecil atau lebih dikenal dengan minimarket. Swalayan ini memberikan pelayanan yang bersifat *self service* dan komoditi dengan menjual barang-barang kebutuhan rumah tangga, makanan, minuman, dan kebutuhan sehari-hari lainnya. Swalayan Toserba Amanah merupakan pelopor swalayan yang berkonsep modern dan syariah di Kecamatan Bandung.

Pasar Swalayan merupakan berbagai inti produk yang menjual beragam barang kepada para konsumen yang dimana banyak masyarakat sekarang mencari tempat perbelanjaan yang strategis, aman, nyaman, dan tentunya memiliki kualitas barang, pelayanan, dan harga yang murah, dan terjangkau sehingga konsumen tidak beralih ke swalayan yang lainnya karena konsumen sudah nyaman dan mendapatkan pelayanan yang baik yang telah diberikan pasar swalayan tersebut. Menurut Tjiptono, kualitas pelayanan memiliki realibilitas yang berkaitan dengan kemampuan perusahaan dalam memberikan suatu layanan secara baik dan tetap, daya tanggap yang berkaitan dengan kemampuan para karyawan dalam merespon dan membantu pelanggan secara baik dan tepat, jaminan yang berkaitan perilaku karyawan dalam memberikan kepercayaan terhadap pelanggan, empati dalam tindakan yang dilakukan karyawan dalam memberi perhatian

dan rasa nyaman, bukti fisik merupakan pelayanan yang memberikan kemudahan kepada pelanggan serta berpenampilan yang baik.⁶

Kualitas pelayanan yang baik dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, yang berupa tingkat perasaan konsumen setelah memiliki perbandingan antara apa yang di terima dan juga harapannya. Ketika seorang konsumen merasa puas dengan nilai pelayanan yang diberikan oleh produk atau jasa, maka sangat besar kemungkinan konsumen akan menjadi pelanggan tetap dalam waktu yang lama. Salah satu tindakan untuk memuaskan konsumen yaitu dengan cara memberikan pelayanan dengan sebaik mungkin. Terdapat salah satu cara dalam merebut perhatian para pelanggan dan membentuk anggapan produk yang baik kepada konsumen dengan melakukan strategi pelayanan kepada para pelanggan, penempatan produk sebagai tindakan membangun dan mengkomunikasikan manfaat pokok yang istimewa dari produk dalam pasar.⁷

Pebisnis perlu mengetahui perilaku pelanggan dalam membeli, menggunakan dan juga mengevaluasi pelayanannya dalam hal pemenuhan kebutuhan dan juga kepuasan pelanggannya. Kepuasan merupakan sumber utama dalam suatu bisnis sebab dapat mempengaruhi kepuasan para konsumennya. Seluruh barang ataupun pelayanan yang ditawarkan akan memiliki tempat yang baik dimata konsumen. Kepuasan pelanggan akan muncul apabila mendapatkan kualitas pelayanan yang baik yang dimana

⁶ Yazid, *Pemasaran Jassa konsep dan Implementasi* (Yogyakarta: Ekonisia, 2004), h. 3.

⁷ Rivia Natalia Piay, Lucky Franky Tamengkel, Wilfried Seth Manoppo, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Manado Icon Convention Center", *Productivity*, Vol. 2, No. 3 (2021), h. 217.

kualitas pelayanan baik mencakup dalam lima dimensi kualitas pelayanan, diantaranya yaitu: bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat diantaranya hubungan yang baik antara perusahaan dengan pelanggan, memungkinkan pembelian ulang, dan tercipta loyalitas para pelanggan.⁸

Kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen karena merasa dihargai. Sehingga dalam menjalankan usaha perlu adanya kualitas pelayanan yang baik agar konsumen selalu merasa nyaman. Selain itu, sebagai pelaku usaha diwajibkan untuk memberikan informasi produk yang jelas dan jujur kepada pelanggan agar menjamin kepercayaan, keadilan, dan tanggung jawab terhadap konsumen. Kualitas pelayanan kepada para pelanggan merupakan suatu faktor terpenting, yang dimana para konsumen semakin kritis dalam hal memilih tempat belanja mana yang akan dikunjungi. Konsumen akan selalu mengunjungi suatu pasar swalayan yang dapat melayani pelanggannya dengan baik. Sehingga pelanggan selalu dapat merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik dan sesuai dengan yang mereka harapkan.⁹

Pelayanan dilakukan untuk memfasilitasi kebutuhan konsumen dan memberikan kepuasan terhadap konsumen saat membeli produk. Sehingga

⁸ Suprpto, "Pengaruh Persepsi Pelayanan Dan Fasilitas Ruang Tunggu Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Bengkel Pt. Mitra Pinasthika Mustika (Mpm) Auto Nissan (Studi Kasus Pada Bengkel Mpm Auto Nissan Alam Sutera)" *Journal Of Applied Business and Economics*, Vol. 3, No. 4 (2017), h. 208.

⁹ Fandy Tjiptono, *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima* (Yogyakarta: Andi Offset, 2008), h. 58.

dibutuhkan pula landasan norma dan moral dalam pelayanan. Suatu bisnis dilakukan oleh seorang produsen yang menerapkan etika yang baik, yaitu dengan selalu berpedoman dengan kaidah-kaidah islam. Selain itu, karyawan yang mampu berbicara lembut dan sopan kepada konsumen akan memberikan kesan tersendiri dan mendapatkan nilai positif dimata konsumen. Namun, dibalik penerapan pelayanan di suatu bisnis terdapat permasalahan yaitu mengenai komitmen moral atau etika bisnis yang dimiliki oleh suatu perusahaan dalam mempertanggungjawabkan pesan yang disampaikan kepada masyarakat. Kenyataannya banyak pelayanan yang melanggar etika bisnis islam, seperti pelayanan yang tidak sesuai atau dalam penyampaian, sehingga tidak jarang konsumen merasa bingung dengan barang yang telah dibeli karena informasi yang disampaikan dalam pelayanan tidak sepenuhnya, dan pelanggaran-pelanggaran etika bisnis islam dalam bentuk lain.¹⁰

Pada suatu pemasaran kepuasan pelanggan tidak hanya dilihat dari faktor strategi pelayanan dan kualitas pelayanannya saja, namun juga perlu dilihat dari beberapa konsep islamnya. Dalam islam, proses pengambilan keputusan diterangkan melalui beberapa ayat Al-Qur'an, artinya bisa diterapkan dalam segala aktivitasnya. Selain itu, konsep pengambilan keputusan dalam islam lebih ditekankan dalam sikap adil. Hal itu di contohkan pada sikap hakim yang harus tegas dan selalu adil dalam

¹⁰ Yusuf Qardhawi, *Norma Dan Etika Ekonomi Islam, ed. Trans.oleh Zainal Arifin dan Dahlia Husin* (Jakarta: Gema Insani Press, 1997), h. 174.

memutuskan suatu perkara. Selain itu, di dalam Al-Qur'an juga dijelaskan ayat mengenai kualitas pelayanan menurut pandangan islam terdapat dalam surat Al-Baqarah ayat 267:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِأَخِيذِهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ ۚ ٢٦٧

Artinya: “*Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji.*” (QS. Al-Baqarah : 267)¹¹

Pada ayat tersebut menjelaskan bahwa dalam menjalankan suatu usaha harus dengan etika bisnis islam yaitu dalam memberikan sesuatu seperti kualitas pelayanan, kualitas produk dan lain sebagainya kepada para konsumen harus yang terbaik. Kualitas pelayanan dari usaha yang dijalankan baik berupa produk maupun jasa harus dengan memberikan pelayanan yang berkualitas dan dilarang untuk memberikan pelayanan yang tidak berkualitas kepada para pelanggan.

Kualitas produk dan segala sesuatu yang diberikan kepada para konsumen harus memiliki kualitas yang baik. Pelayanan yang baik yang harus diberikan yaitu yang sesuai dengan kaidah islam yang memenuhi aspek keramahan, bersahabat, jujur, amanah, suka membantu, dan mengucapkan maaf serta berterima kasih. Pelayanan yang dilakukan juga

¹¹ Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Semarang: Toha Putra, 1989), h. 56.

perlu mengetahui Batasan-batasan yang diperbolehkan menurut syariat islam. Sikap ramah, bersahabat, serta pelayanan yang cepat dan tepat merupakan sikap layanan yang harus diberikan kepada para pelanggannya.¹²

Memberikan kualitas pelayanan yang baik bagi setiap pelanggan merupakan akhlak mulia dan menjadi pintu kebaikan bagi siapa saja yang melakukan. Dalam hadits Rasulullah SAW, memerintahkan agar selalu menjadi umat yang bermanfaat bagi semua orang, yang telah disampaikan dalam hadits yang diriwayatkan dalam kitab Sohih Muslim sahabat Abu Hurairah RA¹³, yang berbunyi:

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ مَنْ نَفَسَ عَنْ مُسْلِمٍ كُرْبَةً مِنْ كُرْبِ الدُّنْيَا نَفَسَ اللَّهُ عَنْهُ كُرْبَةً مِنْ كُرْبِ يَوْمِ الْقِيَامَةِ وَمَنْ يَسَّرَ عَلَى مُعْسِرٍ يَسَّرَ اللَّهُ عَلَيْهِ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ وَمَنْ سَتَرَ عَلَى مُسْلِمٍ سَتَرَ اللَّهُ عَلَيْهِ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ وَاللَّهُ فِي عَوْنِ الْعَبْدِ مَا كَانَ الْعَبْدُ فِي عَوْنِ أَخِيهِ

Artinya: “Barang siapa menghilangkan (memberikan solusi) kesukaran seorang mukmin didunia maka kelak Allah akan menghilangkan kesukarannya dihari kiamat. Barang siapa yang memberikan kemudahan bagi orang yang sedang mengalami kesulitan, maka Allah akan memudahkan urusan duniawi dan akhiratnya. Dan barang siapa menutupi (aib) seorang muslim, maka Allah akan menutupi (keburukannya) didunia dan akhirat, dan Allah akan senantiasa membantu hamba-Nya selama dia mau membantu saudaranya.” (HR. Abu Hurairah RA).

Hadits ini menjelaskan bahwa keutamaan yang didapat apabila seseorang mau membantu dan memberikan pelayanan kepada sesama manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Pada dasarnya pelayanan dihasilkan dan dirasakan melalui waktu yang bersamaan. Jika, ingin

¹² Riyanto Sofyan, *Bisnis Syariah Mengapa Tidak*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2011), h.74.

¹³ Alfath Bagus Panuntun El Nur, *Kolaborasi Kebaikan*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2017), h.64.

diserahkan kepada orang lain, maka tetap bagian dari pelayanan. Suatu jasa yang dihasilkan dan dikonsumsi dengan bersamaan. Hal ini tidak seperti dengan barang fisik yang biasa diproduksi, disimpan menjadi persediaan, didistribusikan melalui berbagai penjual dan lalu kemudian dikonsumsi. Ketika seseorang memberikan suatu pelayanan, maka pemilik suatu usaha merupakan bagian dari jasa pelayanan tersebut.¹⁴

Suatu dunia persaingan bisnis, Islam merupakan salah satu aturan hidup yang khas dan dalam agama Islam terdapat aturan-aturan yang sudah jelas mengenai hukum dan etika dalam suatu usaha pada persaingan bisnis yang telah disesuaikan dengan ajaran-ajaran Islam. Hal tersebut memiliki tujuan untuk menghindari adanya persaingan bisnis yang tidak sehat. Bisnis Islami merupakan suatu usaha yang dapat mencukupi kebutuhan melalui proses penyediaan oleh suatu produsen kepada konsumen dengan aturan-aturan syariat Islam. Baik dari cara memperolehnya, mengolahnya, maupun dari segi penggunaannya yang harus halal. Dalam hal ini terlihat pentingnya etika bisnis Islam dengan sebuah kombinasi nilai etika dan nilai spiritual yang sangat menonjol.¹⁵

Etika bisnis dalam Islam mengarahkan pada masyarakat agar melakukan tindakan bisnis yang sesuai dengan yang diperbolehkan maupun

¹⁴ Agus Karjuni, Sumarno, dan Patrisya Novita Chissario, "Strategi Peningkatan Pelayanan Prima Untuk Kepuasan Pelanggan Dalam Etika Bisnis Islam", *Ecopreneur*, Vol. 3, No. 1, (2023), h. 53.

¹⁵ Trisya Muliati, Faizal Nurmatias, dan Khairul Azmi, "Pengaruh Etika Bisnis Islam Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Muslim Pada Restaurant Dr. Nia Baker Seafood N Steak House Di Kota Dumai", *Jurnal Al Hisbah*, Vol. 2, No. 2 (2022), h. 3.

yang dilarang oleh Allah SWT. Terdapat lima prinsip-prinsip etika bisnis islam sebagai pedoman dalam melakukan suatu bisnis, ialah *unity* (kesatuan), *equilibrium* (keseimbangan), *free will* (kebebasan), *responsibility* (tanggung jawab), dan *benevolence* (kebenaran). Etika bisnis islam perlu dipahami dengan benar, sehingga kemungkinan adanya penyimpangan bisnis akan kecil, maka masyarakat dapat menerima manfaat dari kegiatan bisnis yang dilakukan. Oleh karena itu, penerapan etika bisnis dalam islam sangatlah penting pada suatu usaha, karena bagi seorang muslim haram baginya jika meninggalkan syariat islam yang menjadi keyakinan di agamanya.¹⁶

Etika bisnis islam diperlukan untuk menjadi penerapan ide-ide etika umum terhadap perilaku bisnis, Etika bisnis islam memiliki keterkaitan terhadap kepuasan konsumen. Etika bisnis dapat memberikan stimulus guna menjalin hubungan konsumen kepada penjual. Etika bisnis merupakan suatu cara dalam melakukan kegiatan bisnis, yang mencakup mengenai seluruh aspek yang berhubungan dengan individu, perusahaan, industri dan juga pada masyarakat. Pada suatu usaha etika bisnis dapat membentuk nilai, norma dan juga perilaku karyawan serta pimpinan dalam membangun suatu hubungan yang adil dan sehat kepada pelanggan ataupun mitra kerja.

Etika bisnis islam dalam suatu usaha memiliki kapasitas yang begitu penting, karena etika bisnis berguna untuk membentuk suatu perusahaan

¹⁶ Fayza Karunia Asadanie dan Moch. Khoirul Anwar, "Analisis Pelayanan Customer Service pada Kepuasan Konsumen Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam Di Laznas Nurul Hayat Surabaya", *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, Vol. 5, No. 1 (April 2022), h. 184.

yang tangguh dan dapat memiliki daya saing yang tinggi serta dapat memiliki kecukupan dalam mewujudkan nilai yang tinggi. Para pelaku ekonomi memiliki tingkah laku yang tidak terlepas dari karakter moral yang dapat mengendalikan perjalanan hidup seseorang. Jika semakin teguh dan konsisten maka para pelaku usaha dapat memegang nilai moral guna dapat menjadi semakin konsisten dalam memperhatikan hak dan kewajiban dalam kegiatan ekonomi.

Kegiatan ekonomi para pelaku usaha dan juga konsumen pengguna barang atau jasa mereka sama-sama memiliki kebutuhan dan juga kepentingan. Para pelaku usaha juga memiliki kewajiban terhadap konsumen, karyawan, lainnya dalam berbagai aspek operasional. Sehingga memerlukan adanya peraturan dan juga skala yang mengatur kegiatan tersebut, agar tidak terdapat pihak-pihak yang di eksploitasi.¹⁷

Semakin banyaknya jumlah swalayan yang ada, maka dapat terjadi persaingan didalam usaha swalayan untuk mendapatkan konsumen antara yang satu dengan yang lainnya. Disamping itu ketika mereka memberikan kemudahan dalam berbelanja serta berusaha untuk memberikan pelayanan yang terbaik untuk konsumen agar mereka merasa nyaman dan dapat menjadi konsumen tetap, demi terus meningkatnya swalayan tersebut.

Melihat penjelasan diatas dapat dikatakan kualitas pelayanan yang baik memiliki peranan penting bagi swalayan. Namun, hal seperti ini tidak

¹⁷ Denni dkk, "Pengaruh Etika Bisnis Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt Rolimex Medan" *Sebatik*, Vol. 26, No. 1 (Juni 2022), h. 231—232

terlepas dari sebuah permasalahan. Masalah yang secara umum dihadapi pada Swalayan Toserba Amanah diantaranya menyangkut perihal pelayanan diantara menyangkut perihal kepuasan konsumen di kondisi saat ini yang adanya perilaku karyawan yang tidak sesuai dengan apa yang telah diterapkan dalam etika bisnis islam, yang terdapat beberapa karyawan yang bersikap kurang ramah atau murah hati dengan ditandai pelayanan dengan raut wajah yang kurang bersahabat, kurangnya memahami kebutuhan konsumen, kurangnya memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan cepat, dan lain sebagainya.

Hal tersebut pastinya akan berakibat pada minat pembeli dan takutnya akan berimbas pada hubungan kesinambungan pada pelanggan akan menurun. Meskipun mengalami berbagai permasalahan, swalayan ini tetap eksis disamping persaingan yang semakin banyak, sehingga diharapkan swalayan ini tetap berkembang, juga dapat membantu dengan memberikan pelayanan yang baik dengan sesuai etika bisnis islam dan dapat memenuhi kebutuhan masyarakat sekitar dengan berlangganan pada swalayan tersebut.

Hal tersebut menjadi alasan peneliti tertarik melakukan penelitian pada strategi peningkatan kualitas pelayanan dalam etika bisnis islam. Peneliti memilih Swalayan Toserba Amanah Kecamatan Bandung Kabupaten Tulungagung. Berdasarkan yang tertulis di latar belakang masalah, peneliti tertarik melakukan penelitian ini dengan alasan untuk mengetahui sejauh mana strategi kualitas pelayanan di Swalayan Toserba

Amanah di Kecamatan Bandung dalam meningkatkan kualitas pelayanan dengan etika bisnis islam. Berdasarkan dari pemaparan yang telah dijelaskan diatas dapat mendorong peneliti melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Dalam Etika Bisnis Islam Di Swalayan Toserba Amanah Kecamatan Bandung, Kabupaten Tulungagung”**

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, maka yang menjadi fokus penelitian dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan kualitas pelayanan di swalayan Toserba Amanah Kecamatan Bandung, Kabupaten Tulungagung?
2. Bagaimana strategi peningkatan kualitas pelayanan dalam etika bisnis islam di swalayan Toserba Amanah Kecamatan Bandung, Kabupaten Tulungagung?

C. Tujuan Penelitian

Menjalankan suatu kegiatan pasti memiliki tujuan, maka berdasarkan fokus penelitian yang telah disusun oleh peneliti, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mendeskripsikan penerapan kualitas pelayanan di swalayan Toserba Amanah Kecamatan Bandung, Kabupaten Tulungagung.

2. Untuk mendeskripsikan strategi peningkatan pelayanan dalam etika bisnis islam di swalayan Toserba Amanah Kecamatan Bandung, Kabupaten Tulungagung

D. Identifikasi Masalah dan Batasan Masalah

Berdasarkan mengumpulkan dan mengetahui permasalahan-permasalahan yang ditemukan, peneliti akan fokus pada strategi peningkatan kualitas pelayanan dalam etika bisnis islam. Dengan adanya batasan ini peneliti berharap tidak ada bahasan yang keluar dari konteks pembahasan strategi peningkatan kualitas pelayanan yang dilakukan oleh swalayan Toserba Amanah dalam etika bisnis islam dan juga hasil yang diperoleh dari hal tersebut.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian dapat dilihat dari segi teoritis dan praktis, Adapun manfaat dari penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat bagi pengembangan ilmu ekonomi, maupun sebagai bahan referensi perpustakaan dan juga sebagai referensi perbandingan terhadap objek penelitian yang sesuai dengan penelitian strategi peningkatan kualitas pelayanan dalam etika bisnis islam.

2. Secara Praktis

a. Bagi Swalayan

Dari hasil yang diharapkan mampu memberikan informasi yang baru mengenai swalayan Toserba Amanah, yang diharapkan dapat menjadi bahan dalam pengelolaan bisnis selanjutnya

b. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi pengetahuan baru untuk peneliti khususnya tentang strategi peningkatan kualitas pelayanan dalam etika bisnis islam di swalayan Toserba Amanah yang dilakukan di Kecamatan Bandung, Tulungagung.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan sebagai sarana untuk menambah ilmu pengetahuan dan wawasan mengenai pembahasan peningkatan kualitas pelayanan dalam etika bisnis islam.

F. Penegasan Istilah

a. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan komponen penting yang perlu diperhatikan dalam memberikan pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan kunci bagi perusahaan karena dapat mempengaruhi kepuasan konsumen dan kepuasan konsumen tersebut akan muncul ketika kualitas pelayanan yang diberikan.

b. Etika Bisnis Islam

Etika bisnis islam merupakan seperangkat nilai, aturan maupun tata cara yang dijadikan pedoman dalam berbisnis sehingga aktivitas bisnis yang dilakukan tidak akan menyimpang dari ajaran agama islam.

G. Sistematika Penulisan

Dalam sistematika penulisan skripsi ini terdiri dari 6 (enam) bab, yang masing-masing bab terdiri dari beberapa sub bab sebagai rincian dari bab tersebut. Sistematika penulisan skripso pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Memaparkan mengenai pendahuluan yang mulai dari latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat penelitian, penegasan istilah. Pada bagian ini akan dijelaskan tentang hal apa yang akan dibahas dalam proposal skripsi.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Pada bab ini berisi tentang beberapa teori-teori pendukung atau kajian pustaka yang sesuai dengan pembahasan. Dalam bab ini juga membahas tentang penelitian yang mencakup dari kajian fokus pada hasil penelitian terdahulu yang dapat dijadikan acuan sebagai bahan analisa maupun perbandingan dalam membahas objek penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan membahas tentang suatu pendekatan dan metode penelitian yang terdiri dari pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan dan tahap-tahap dalam penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Pada bab ini membahas mengenai hasil penelitian yang berisikan hasil data yang diperoleh melalui proses pengamatan yang dilakukan. Hasil tersebut diperoleh dari observasi, wawancara secara mendalam, dan tahap dokumentasi.

BAB V PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan tentang hasil dari penelitian yang dilakukan. Penjelasan tersebut berupa data, atau table dan deskripsi yang dibuat.

BAB VI PENUTUP

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian yang dilaksanakan dan saran yang diberikan kepada pihak-pihak yang terkait dalam penelitian berdasarkan hasil yang ditemui di lapangan.