

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Keterlibatan muslim dalam bisnis bukan merupakan sesuatu hal yang baru. Namun telah berlangsung sejak empat belas abad yang lalu. Hal tersebut tidaklah mengejutkan karena Islam menganjurkan umatnya untuk melakukan kegiatan bisnis, dan hal tersebut juga diatur dalam Al-Qur'an. Konsep Al-Qur'an sangat komprehensif, sehingga parameternya tidak hanya menyangkut dunia, tetapi juga menyangkut akhirat.¹ Hal tersebut dijelaskan di dalam Al-Qur'an surat Ar-Ra'd (13) : 11,



Artinya:

“Sesungguhnya Allah tidak mengubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri.....”²

Dari ayat di atas dapat dilihat bahwa Allah tidak akan mengubah keadaan manusia kecuali manusia itu berusaha untuk mendapatkannya dan Allah menganjurkan manusia untuk bekerja dan berusaha. Dengan cara yang baik dan diridhoi oleh Allah SWT, dan usaha yang dijalani bermanfaat bagi masyarakat.

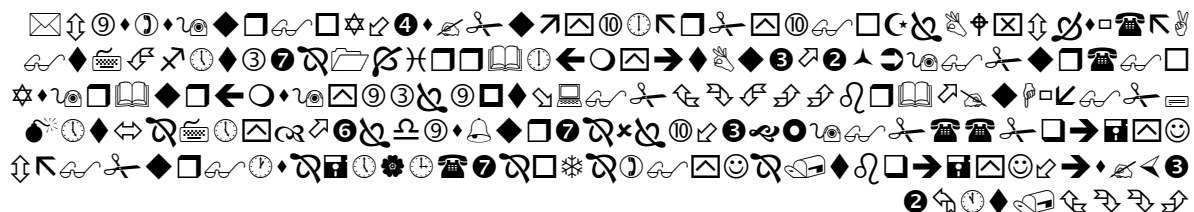
Ayat yang senada dalam Al-Qur'an banyak kita temukan yang pada dasarnya menjelaskan dan memberi makna pada kehidupan seseorang yang percaya pada campur tangan Allah dengan menugaskan hamba-Nya yang patuh dan jujur tidak pernah korup dalam mendistribusikan rezeki kepada semua makhluk di muka bumi. Hal ini juga mendorong manusia berusaha untuk benar-benar menjadikan Allah sebagai satu-satunya

¹ Bukhari Alma, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2009), h. 1

²Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahnya*, (Jakarta: PT Karya Putra Semarang, 2002), h. 337-338

kekuatan yang berkuasa, tunduk dan pasrah dalam menjalankan kebijaksanaan-Nya, dan melakukan amal dan perbuatan baik, baik secara vertikal (ibadah mahdhab) maupun horizontal (muamalah dan amaliah sosial), karena mereka percaya dalam keadilan Allah akan ada balasan pada tindakan terkecil sekali pun.³

Ada beberapa dalil, baik dari Al-Qur'an maupun hadis yang di kategorikan sebagai isyarat bagi umat Islam untuk memiliki kekayaan dan giat dalam berusaha supaya memperoleh kehidupan yang layak dan mampu melaksanakan semua rukun Islam yang hanya diwajibkan bagi umat Islam yang mempunyai harta atau kemampuan dari segi ekonomi. Sementara itu, harta kekayaan tidak mungkin datang sendiri, tetapi harus dicapai melalui usaha. Allah Swt. menyatakan bahwa para Nabi berusaha sendiri, tidak menggantungkan kepada orang lain.⁴ Seperti Nabi Daud a.s. yang diceritakan dalam Al-Qur'an surat Saba (34) : 10-11



Artinya:

“Dan Sesungguhnya Telah kami berikan kepada Daud karunia dari kami. (Kami berfirman): "Hai gunung-gunung dan burung-burung, bertasbihlah berulang-ulang bersama Daud", dan kami Telah melunakkan besi untuknya. (yaitu) buatlah baju besi yang besar-besar dan ukurlah anyamannya; dan kerjakanlah amalan yang saleh. Sesungguhnya Aku melihat apa yang kamu kerjakan.”⁵

³Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syari'ah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), Cet. Ke-1, h. 1

⁴Rachmat Syafe'i, *Fiqh Muamalah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2000) h. 26

⁵Departemen Agama RI, *Op.cit*, h. 607-608

Bisnis Islami dikendalikan oleh aturan halal dan haram, baik cara perolehan maupun pemanfaatan harta, sementara bisnis non-Islami tidak memperhatikan aturan halal dan haram dalam setiap perencanaan, pelaksanaan, dan segala usaha yang dilakukan dalam meraih tujuan.⁶

Salah satu rahasia sukses bisnis adalah dengan menyisihkan sebagian keuntungan untuk orang lain yang membutuhkan. Bisnis dikatakan untung manakala bisnis tersebut jadi amal, membangun citra atau nama baik, kita bisa menjadi lebih matang/lebih dewasa/lebih baik, banyak saudara, dan paling banyak memberi manfaat kepada orang lain. Minimal ada empat langkah untuk menjadi pengusaha sukses sebagaimana dicontohkan Rasulullah SAW, yaitu: Niat untuk berusaha, istiqomah (teguh hati, sabar, dan bijak), menyukai silaturahmi, dan usaha yang halal.⁷

Mendapatkan keuntungan dalam usaha atau bisnis merupakan suatu keharusan. Meski demikian, bagaimana cara memperolehnya, harus menggunakan cara-cara yang benar. Di antara proses dan cara yang benar dalam mengambil keuntungan adalah tidak mengurangi dan mempermainkan takaran timbangan, tidak menimbun barang atau komoditas vital yang dibutuhkan masyarakat, tidak memanfaatkan ketidaktahuan masyarakat, tidak melampaui batas dalam mengambil keuntungan dan tidak memotong jalur distribusi untuk menimbun barang yang pada gilirannya akan menyebabkan harga barang naik.⁸

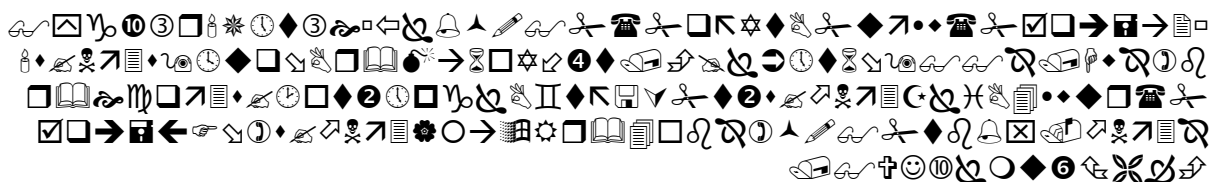
⁶Jusmaliani dkk, *Bisnis Berbasis Syariah*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), Cet. Ke-1, h. 86

⁷*Ibid*, h. 87-88

⁸HB. Tamam Ali dkk, *Ekonomi Syariah Dalam sorotan*, (Jakarta: Yayasan Amanah, 2003), Cet. Ke-1, h. 13

Mengutamakan cara dan proses yang benar dalam meraih keuntungan merupakan aspek penting dalam kebijakan pengambilan keuntungan dalam Ekonomi Syariah. Pendekatan yang diutamakan adalah pendekatan proses, bukan pendekatan hasil. Dengan pendekatan proses, etika dalam berbisnis sangat di kedepankan. Etika yang dimaksud adalah etika yang selaras dengan tuntutan Syariah sebagaimana yang pernah dicontohkan oleh Rasulullah Saw. terbukti berhasil.⁹

Secara umum, ajaran Islam melarang orang memakan harta yang didapat secara tidak benar, atau secara tidak halal, dan salah satu cara yang dibenarkan atau dihalalkan adalah dengan perdagangan. Hal tersebut dijelaskan di dalam QS. An-Nisa' (4) : 29,



Artinya:

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”.¹⁰

Dalam ajaran Islam, segala sesuatu harus dilakukan secara benar, tertib teratur, prosesnya diikuti dengan baik, demikian juga mengelola sebuah bisnis, pekerjaan perlu dilakukan sistematis, terarah, jelas dan tuntas.¹¹

Setiap usaha/bisnis pasti mempunyai tujuan untuk memaksimalkan keuntungan, karena itu dalam pencapaiannya, diperlukan kerja keras untuk memberikan pelayanan yang terbaik terhadap konsumen dan memberi keterangan tentang usaha dan fasilitas yang

⁹Ibid, h. 13-14

¹⁰Departemen Agama RI, *Op.cit*, h. 107-108

¹¹Ali Hasan, *Op.cit*, h. 132

dibutuhkan konsumen. Tujuannya adalah agar konsumen tidak merasa kecewa dan menyesal terhadap pelayanan dan fasilitas yang diberikan. Dengan demikian diharapkan konsumen tidak ragu dan dapat mempercayai usaha tersebut. Demikian juga usaha yang melibatkan konsumen sebagai penentu kesuksesan untuk mendapatkan keuntungan maksimal.

Dalam kondisi lingkungan bisnis yang dinamis, semakin cepat terjadi perubahan maka persaingan usaha juga menjadi semakin ketat. Untuk menghadapi hal itu, suatu usaha bisnis perlu suatu strategi bersaing untuk memenangkan persaingan agar kelangsungan hidup suatu usaha tetap terjamin. Penerapan strategi bersaing yang tepat artinya sesuai dengan kondisi perusahaan, dan lingkungan yang dihadapi, akan menjadikan perusahaan dapat bertahan dan memenangkan persaingan.¹²

Salah satu syarat utama bagi suatu bidang usaha untuk dapat memenangkan persaingan dalam suatu usaha adalah kepemilikan keunggulan bersaing (*competitive advantage*). Setiap bidang usaha harus memiliki keunggulan tersebut dan pada saat yang sama harus dapat bersaing dengan benar.¹³

Strategi menempatkan parameter-parameter sebuah organisasi dalam pengertian menentukan tempat bisnis dan cara bersaing. Strategi menunjukkan arahan umum yang hendak ditempuh oleh suatu organisasi (perusahaan) untuk mencapai tujuannya. Strategi ini merupakan rencana besar dan rencana penting. Setiap organisasi yang dikelola secara baik memiliki strategi, walaupun tidak dinyatakan secara eksplisit.¹⁴

¹²Panji Anaroga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2004), Cet. Ke-4, h. 338

¹³ Pontas M. Pardede, *Manajemen Strategik dan Kebijakan Perusahaan*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2011), h. 446

¹⁴Panji Anaroga, *Loc.cit*

Strategi adalah sarana bersama dengan tujuan jangka panjang hendak dicapai.¹⁵

Strategi didefinisikan sebagai rencana komprehensif untuk mencapai tujuan organisasi. Tidak hanya mencapai, akan tetapi strategi juga dimaksudkan untuk mempertahankan keberlangsungan organisasi di lingkungan di mana organisasi tersebut menjalankan aktivitasnya. Bagi organisasi bisnis, strategi dimaksudkan untuk mempertahankan keberlangsungan bisnis perusahaan dibandingkan para pesaingnya dalam memenuhi kebutuhan konsumen.¹⁶

Lebih dari 35 tahun lalu, Peter Drucker menyatakan bahwa tugas utama perusahaan adalah “menciptakan pelanggan”.¹⁷

Pelanggan adalah semua orang yang menuntut kita atau perusahaan untuk memenuhi suatu standar kualitas tertentu, dan karena itu akan memberikan pengaruh pada performansi kita atau perusahaan.¹⁸

Dalam lingkungan bisnis dengan tingkat persaingan yang semakin kompetitif, setiap perusahaan dituntut dapat mempertahankan pelanggan mereka. Persaingan yang begitu ketat dewasa ini menuntut perusahaan agar mampu memainkan strategi pemasaran yang handal dan mampu menarik minat konsumen. Keberhasilan perusahaan dalam mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian sangat dipengaruhi oleh upaya menumbuhkan kepercayaan konsumen. Kepercayaan konsumen terhadap perusahaan merupakan suatu aset yang tak ternilai bagi perusahaan. Sebab kepercayaan dipandang sebagai dasar dalam hubungan dengan konsumen. Perusahaan yang memiliki image yang baik dimata

¹⁵Fred R. David, *Manajemen Strategi*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), h. 18

¹⁶Ernie Tisnawati Sule dan Kurniawan Saefullah, *Pengantar Manajemen*, (Jakarta: Kencana, 2009), Cet. Ke-4, edisi 1, h. 132

¹⁷Thamrin Abdullah dan Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Press, 2012), h. 37

¹⁸M. Nur Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), Hal. 45-46

konsumen umumnya akan lebih menarik calon konsumen karena mereka yakin bahwa perusahaan tersebut memiliki kualitas yang baik dan dapat dipercaya, seperti halnya perusahaan yang bergerak pada bidang kuliner.

Masyarakat Kota Pekanbaru selain gemar berwisata mereka juga gemar menikmati berbagai macam kuliner. Salah satu usaha yang bergerak pada bidang kuliner yang terkenal dan banyak diminati oleh masyarakat Kota Pekanbaru adalah bakso.

Makanan bakso sampai saat ini masih menjadi makanan favorit masyarakat Indonesia terutama masyarakat Kota Pekanbaru. Dari semua kelas ekonomi, masyarakat menggemari makanan daging berbentuk bulat itu. Namun, pada tiga tahun terakhir, daging bakso yang sangat digemari kehilangan daya tarik. Peralnya, muncul berita di media TV, koran, maupun internet yang mengatakan daging bakso yang dijual menggunakan daging yang diawetkan menggunakan boraks dan daging tikus. Padahal Islam telah mengharamkan daging tikus. Karena tikus adalah hewan yang kita diperintahkan untuk membunuhnya yang disebut di dalam hadits Aisyah radhiallahu ‘anha, bahwasanya Rasulullah **صلى الله عليه وسلم** bersabda:

خَمْسٌ فَوَاسِقٌ يُقْتَلْنَ فِي الْحَرَمِ الْفَأْرَةُ وَالْعَقْرَبُ وَالْحَدْيَا وَالْعُرَابُ وَالْكَلْبُ

Artinya:

“Lima hewan pengganggu yang boleh dibunuh (meskipun) di tanah haram, yaitu: tikus, kalajengking, rajawali, gagak, dan anjing yang suka menggigit.” [HR Al Bukhari (3314) dan Muslim (1198)].

Kebutuhan para pencinta kuliner bakso yang begitu besar, dimanfaatkan sejumlah pedagang bakso nakal. Mereka melakoni berbagai tipu daya. Supaya mendapat untung berlipat-lipat, mereka mencampur bakso dengan daging sapi palsu. Seorang informan membisikkan sebuah informasi mengejutkan sekaligus menjijikkan. Daging bakso berbahan dasar tikus beredar di kawasan Jawa Tengah. Tim SIGI langsung menginvestigasi sebuah

tempat di Jateng, berupaya melacak pedagang nakal. Dari hasil investigasi, dijumpai seorang sedang berburu tikus. Hewan pengerat ini dijadikan sebagai bahan dasar bakso yang kemudian di campur dengan daging sapi untuk mengelabui. Parahnya lagi, si pelaku menambahkan zat kimia benzoat dan borax dalam jumlah yang tak bisa dipertanggungjawabkan.¹⁹

Berita ini pun sampai ke Pekanbaru Riau bahwa bakso maupun panganan sejenisnya yang beredar di sekitarnya bercampur daging tikus. Isu boraks dan daging tikus ini membuat omset para pedagang bakso menurun, biasanya para pedagang bakso menghabiskan dagangannya dalam sehari. Namun, sejak banyak pemberitaan mengenai bakso daging tikus, omsetnya menurun, bahkan membutuhkan waktu tiga hari agar dagangan baksonya habis.²⁰

Salah satu usaha bakso di Pekanbaru Riau yaitu Bakso Mataram juga tersebar isu negatif yang menyatakan bahwa Bakso Mataram menggunakan daging tikus sebagai bahan dasar pembuatan bakso.

Banyak orang salah sangka mengatakan Bakso [Mataram](#) ada daging tikus. Untuk membuktikan Bakso Mataram siap melayani konsumen 24 jam di dapur.²¹

Bakso Mataram ini beralamat di jalan Garuda Sakti Panam yang berpusat di Jalan Kaharuddin Nasution selain itu ada beberapa cabang lain yaitu di Jalan Delima, Jalan Rambutan dan Jalan Riau. Bakso Mataram merupakan usaha kuliner ternama dan sudah berjalan lebih kurang 10 Tahun.

¹⁹Liputan6.Com, Semarang, Progam Khusus, 28 Mei 2011, Pukul 21:59

²⁰Tribun Pekanbaru. Com, Minggu 29 Desember 2013, Pukul 12:58 Wib

²¹Mataram Group, 17 Desember 2013, Pukul 23:13

Sejak di mulainya usaha Bakso Mataram di Jalan Garuda Sakti ini dari tahun 2006, Bakso Mataram mengalami perkembangan dan peningkatan secara terus menerus. Banyaknya jumlah pesaing tidak mengurangi jumlah pengunjung atau pelanggan yang datang untuk menikmati berbagai hidangan di Bakso Mataram. Namun, sejak tersebarnya isu negatif mengenai bakso daging tikus pada pertengahan tahun 2013 Bakso Mataram yang biasanya ramai pengunjungnya terlihat sepi.

Bakso Mataram di buka sekitar pukul 10.00 pagi dan di tutup pada pukul 11.00 malam. Sebelum adanya isu negatif tentang bakso daging tikus, Bakso Mataram dari pagi sampai malam selalu di penuh dengan pelanggan yang ingin menikmati berbagi macam hidangan di Bakso Mataram. Namun, setelah adanya isu tersebut Bakso Mataram pada pagi hari pelanggannya berkurang dan pada malam harinya baru banyak pelanggan yang datang.²²

Sebelum adanya isu tentang bakso daging tikus, pendapatan Bakso Mataram mencapai Rp 5.000.000 sampai Rp 6.000.000 perhari. Setelah adanya isu pendapatan Bakso Mataram menurun yaitu mencapai Rp 5.000.000 sampai Rp 4.000.000 perhari.²³

Dari hasil wawancara dan survei awal tersebut dapat diketahui bahwa Bakso Mataram Cabang Panam mengalami penurunan pendapatan dan berkurangnya pelanggan setelah adanya isu negatif yang banyak dibicarakan oleh masyarakat.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul **“Strategi Pengembalian Kepercayaan Pelanggan Bakso Mataram Cabang Panam Pasca Isu Negatif di Tinjau Menurut Ekonomi Islam”**.

B. Batasan Masalah

²²Zainal, Manajer di Bakso Mataram Cabang Panam, *Wawancara*, Pekanbaru, 19 April 2014

²³Gusti Candra, Ketua/Kasir di Bakso Mataram Cabang Panam, *Wawancara*, Pekanbaru, 20 April

Agar penelitian terarah dan tidak menyimpang dari topik yang dipersoalkan maka perlu adanya pembatasan masalah yang diteliti, maka penulis membatasi masalah yaitu Strategi Pengembalian Kepercayaan Pelanggan Bakso Mataram Cabang Panam Pasca Isu Negatif dan Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Strategi Pengembalian Kepercayaan Pelanggan Bakso Mataram Cabang Panam Pasca Isu Negatif.

C. Rumusan Masalah

1. Apa Strategi Pengembalian Kepercayaan Pelanggan Bakso Mataram Cabang Panam Pasca Isu Negatif?
2. Bagaimana Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Strategi Pengembalian Kepercayaan Pelanggan Bakso Mataram Cabang Panam Pasca Isu Negatif?

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan penelitian
 - a. Untuk mengetahui Strategi Pengembalian Kepercayaan Pelanggan Bakso Mataram Cabang Panam Pasca Isu Negatif.
 - b. Untuk mengetahui tinjauan Ekonomi Islam terhadap Strategi Pengembalian Kepercayaan Pelanggan Bakso Mataram Cabang Panam Pasca Isu Negatif.
2. Kegunaan Penelitian
 - a. Bagi penulis, sebagai syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Syariah (SI/Stata Satu) pada Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Universitas Sultan Syarif Kasim Riau.
 - b. Bagi perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan untuk lebih mampu memainkan strategi pemasaran yang handal dan mampumempertahankan pelanggan.

- c. Bagi akademisi, diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memperkaya *khazanah* , sumbangan pemikiran dan informasi.
- d. Bagi masyarakat, sebagai bahan informasi dan pertimbangan masyarakat setempat terhadap usaha Bakso Mataram Cabang Panam.

E. Metode Penelitian

a. Lokasi Penelitian

Penelitian ini berlokasi di Bakso Mataram yang beralamatkan di Jalan Garuda Sakti Kilometer 1, Kecamatan Tampan, Kota Pekanbaru. Alasan memilih tempat tersebut karena lokasinya sangat strategis dan terjangkau oleh penulis baik secara moral maupun materi. Berdasarkan pertimbangan dan kenyataan yang ada bahwa Bakso Mataram di Cabang Panam ini dari tahun ke tahun semakin berkembang dan kemudian adanya masalah isu negatif tentang bakso daging tikus.

b. Subjek dan Objek Penelitian

Adapun yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah pimpinan, wakil pimpinan, manajer dan karyawan Bakso Mataram serta pelanggannya. Sedangkan objek penelitiannya adalah Strategi Pengembalian Kepercayaan Pelanggan Bakso Mataram Cabang Panam Pasca Isu Negatif ditinjau Menurut Ekonomi Islam.

c. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.²⁴

Dalam hal ini penulis menetapkan populasi Bakso Mataram Adalah seluruh pemilik/pendiri dan pengelola Bakso Mataram serta karyawannya yang berjumlah 10 orang dan pelanggan Bakso Mataram Cabang Panam.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.

Untuk pengambilan sampel pada populasi pimpinan dan karyawan serta pelanggan metode yang digunakan adalah metode *purposive sampling* yaitu pemilihan subjek yang ada pada posisi terbaik untuk memberikan informasi yang dibutuhkan. Dalam hal ini sampel ditetapkan yakni pimpinan, manajer dan 10 orang karyawan serta 2 orang pelanggan.

d. Sumber data

- a. Data Primer, Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui perantara).²⁵ Yaitu data yang diperoleh langsung dari lokasi penelitian melalui observasi, wawancara dan angket.
- b. Data Sekunder, Data sekunder merupakan data yang dikumpulkan dari tangan kedua atau dari sumber-sumber lain yang tersedia. Yaitu data yang diperoleh dari pihak-pihak yang terkait, serta buku-buku atau kitab-kitab perpustakaan yang dapat membantu penelitian ini guna melengkapi data-data.

²⁴Sugioyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 80

²⁵ Etta Mamang Sangaji dan Sopiah, *Metode Penelitian, Pendekatan Praktis Dalam Penelitian*, (Yogyakarta: Andi, 2010), Hal. 171

e. Teknik Pengumpulan Data

- a. Observasi adalah kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan pancaindra mata sebagai alat bantu utamanya selain pancaindra lainnya seperti telinga, penciuman, mulut dan kulit.²⁶
- b. Wawancara adalah sebagai cara yang dipergunakan untuk mendapatkan informasi (data) dari responden dengan cara bertanya langsung secara bertatap muka (*face to face*).²⁷ Yaitu mengadakan Tanya jawab langsung kepada pimpinan, dan karyawan Bakso Mataram Cabang Panam.
- c. Angket atau kuesioner merupakan pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.²⁸ yaitu mendapatkan data dengan cara menyebarkan sejumlah daftar pertanyaan kepada karyawan Bakso Mataram yang berjumlah 10 orang.

f. Metode Analisa Data

Data yang diperoleh dari lapangan, kemudian diklasifikasikan serta dianalisa menurut jenis dan sifat, kemudian diuraikan secara deskriptif yaitu menganalisa data yang bersifat penjelasan atau penguraian data dan informasi yang kemudian dikaitkan dengan teori dan konsep-konsep yang mendukung pembahasan yang relevan dimana penjelasan ini menggunakan metode kualitatif kemudian diperoleh kesimpulan dari permasalahan ini.

g. Metode Penulisan

²⁶Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Kencana, 2011), Cet. Ke-5, edisi 2, h. 118

²⁷Bagong Suyanto dan Sutinah, *Metode Penelitian Sosial*, (Jakarta: Kencana, 2008), Cet. Ke-4, edisi 1, h. 69

²⁸Sugiono, *Op.cit*, h. 142

- a. Deduktif yaitu menggunakan data-data umum yang ada kaitannya dengan penelitian ini dan diambil kesimpulan secara khusus.
- b. Induktif yaitu mengumpulkan data-data umum ke yang khusus kemudian dianalisa dan diambil kesimpulan secara umum.
- c. Deskriptif yaitu penelitian yang menggambarkan kaedah, subjek dan objek penelitian berdasarkan fakta-fakta yang ada.

F. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan bagi pembaca dalam menganalisa dan memahami hasil penulisan ini maka penulis membuat suatu sistematika penulisan yang terdiri dari beberapa bab yaitu sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan

Pada bab ini akan diuraikan mengenai Latar Belakang Masalah, Tujuan, dan Manfaat Penelitian, Metode Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II : Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Dalam bab ini menerangkan tentang sejarah singkat tentang tumbuh dan berdirinya Bakso Mataram Cabang Panam, visi dan misi Bakso Mataram struktur organisasi perusahaan dan pembagian tugas, serta aktivitas perusahaan.

BAB III : Tinjauan Teori

Pada bab ini membahas tentang tinjauan umum tentang strategi pengembalian kepercayaan pelanggan, pengertian strategi, pentingnya strategi bagi perusahaan, jenis-jenis strategi, komponen strategi, pengertian pelanggan,

macam-macam pelanggan, peringkat pelanggan, cara mempertahankan pelanggan dan memuaskan pelanggan adalah kunci kesetiaan pelanggan serta strategi bisnis Islami yang bisa mengembalikan kepercayaan pelanggan.

BAB IV :Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Dalam bab ini penulis mengemukakan tentang hasil penelitian dan pembahasan yang meliputi tentang Apa Strategi Pengembalian Kepercayaan Pelanggan Bakso Mataram Cabang Panam Pasca Isu Negatif, dan bagaimana tinjauan Ekonomi Islam terhadap Strategi Pengembalian Kepercayaan Pelanggan Bakso Mataram Cabang Panam Pasca Isu Negatif.

BAB V :Penutup

Pada bab ini akan dikemukakan beberapa kesimpulan yang diperoleh berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan serta saran-saran yang diperlukan dimasa yang akan datang.