

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Ekonomi islam merupakan sebuah studi tentang masalah-masalah ekonomi dari setiap individu dalam masyarakat yang memiliki kepercayaan terhadap nilai-nilai kehidupan islam.¹ Manusia dapat bekerja apa saja, yang penting tidak melanggar garis-garis yang telah ditentukan oleh Allah Swt. Manusia bisa melakukan aktifitas produksi, seperti pertanian, perkebunana, pengelolaan makanan dan minuman dan sebagainya serta dapat melakukan aktifitas distrisbusi, seperti perdagangan, atau dalam bidang jasa seperti transportasi, kesehatan dan sebagainya.²

Allah telah menjanjikan rezeki bagi makhluk yang ada di permukaan bumi ini, namun untuk mendapat hal tersebut kita dituntut untuk bekerja dan berusaha. Hal ini telah dijelaskan oleh Allah swt dalam QS. Al-jumu'ah:10



Artinya: *apabila telah ditunaikan sholat, maka bertebaranlah kamu dimuka bumi allah dan carilah karunia allah dan ingatlah allah banyak-banyak supaya kamuberuntung*³

Ayat diatas menjelaskan bahwa kita harus bekerja atau berusaha dalam memenuhi kehidupan kita dan keluarga kita. Salah satu pekerjaan yang bisa

¹ Mohamed Aslam Haneef, *Pemikiran Ekonomi Islam Kontemporer*, Analisi Komperatif Terpilih, (Jakarta: PT Grafindo Persada,2010), Cet. Ke-1, h. 17
² Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: GemaInsani, 2005), Cet. Ke-9, h.169.
³ Depertemen Agama RI, *Al-Quran Al-karim dan terjemahannya*, (Semarang:PT Karya Toha Putra,2002), h.809.

dilakukan seseorang untuk memenuhi kehidupannya adalah dengan berbisnis atau membuka usaha, baik itu usaha makanan, minuman dan lain-lain. Usaha dalam kamus besar bahasa Indonesia adalah kegiatan dengan mengerahkan tenaga, pikiran atau badan untuk mencapai suatu maksud atau mencari keuntungan, berusaha untuk bekerja giat untuk mencapai segala sesuatu.⁴

Salah satu bisnis atau usaha kuliner makanan yang fenomenal dan sampai saat ini masih banyak diminati masyarakat adalah usaha nasi goreng dengan menggunakan media audio visual. Nasi yang telah dimasak kemudian digoreng dengan berbagai macam bumbu yang telah diolah dengan cita rasa untuk menghasilkan rasa yang unik, karna disamping bisa menikmati makanan tersebut pembeli juga bisa menikmati siaran televisi yang ada terutama siaran sepakbola. Disini setiap pedagang yang menjual nasi goreng menyediakan infokus dan layar berwarna putih.

Maksud dari audio visual pada penelitian ini ialah layar lebar. Layar lebar adalah kain tebal berwarna putih yang dibentangkan untuk dipakai pada pertunjukan gambar hidup, drama, televisi dan layar yang lebih besar dari yang biasanya.⁵

Sebagaimana dalam penuturan salah satu pedagang usaha nasi goreng, Pak DE yang menggunakan audio visual ini, bahwa pelanggan atau pembelinya semakin ramai setelah menggunakan layar lebar. Ia mengatakan

⁴ Lukman Ali, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1991), h.1112

⁵ Ibid h. 572

audio visual menjadikan pembeda dalam peningkatan pelanggan sebelum dan sesudah menggunakan audio visual.⁶

Sama halnya dengan apa yang dikatan oleh pak Ardinal, salah seorang pedagang nasi goreng menggunakan media audio visual, pelanggannya meningkat setelah menggunakan media audio visual terutama ketika adanya siaran sepakbola baik itu malam minggu atau pun malam senin.⁷ Disini peran audio visual sangat kelihatan dari jumlah pelanggan yang semakin banyak daripada sebelum menggunakan layar.

Didalam suatu bisnis, para pebisnis tidak bisa lepas dari suatu pelayanan. Pelayanan ini sangat berpengaruh penting dalam perkembangan suatu usaha. Suatu pelayanan tidak lepas dari suatu manajemen yang dikelola dengan baik dan benar.

Secara sederhana, istilah *service* (pelayanan) dapat diartikan sebagai melakukan sesuatu bagi orang lain, akan tetapi tidak mudah untuk mencari padanan kata pada bahasa indonesia yang tepat untuk istilah tersebut, setidaknya ada tiga kata yang mengacu pada istilah tersebut, yakni jasa, layanan dan service.

Seorang pelaku bisnis muslim diharuskan untuk berperilaku dalam bisnis mereka sesuai yang dianjurkan Al-Qur'an dan Sunnah. Sopan santun adalah pondasi dasar dan inti dari kebaikan tingkah laku dan ia juga merupakan basic dari jiwa melayani (*service*) dalam bisnis.⁸

⁶Ade, *Pemilik Usaha Nasi Goreng*, Wawancara, Pekanbaru, 20 Oktober 2014

⁷ Ardinal, *Pemilik Usaha Nasi Goreng*, Wawancara, Pekanbaru, 20 Oktober 2014

⁸Muhammad Syakir Sula, *Asuransi Syariah (life and general)*, (Jakarta:Gema Insani, 2004), h.747.

Dalam pandangan islam, mengenai pelayanan segala sesuatu harus dilakukan dengan rapi, benar, tertib dan teratur. Proses-prosesnya harus diikuti dengan baik, sesuatu dilakukan tidak boleh dengan alas-alasan. Hal ini merupakan prinsip utama dalam ajaran agama islam. Rasulullah saw bersabda dalam sebuah hadist yang diriwayatkan oleh abi Ya'la yang artinya:

“Sesungguhnya Allah sangat mencintai orang yang melakuka suatu pekerjaan dilakukan secara itqan (tepa, terarah, jelas dan tuntas)” HR Abi Ya'la

Pelayanan yang baik juga berkaitan dengan etika. Etika atau *ethic* berasal dari kata yunani yaitu ethos yang artinya kebiasaan. Ia membicarakan tentang kebiasaan (perbuatan), tetapi bukan menurut arti tata adat, melainkan tata adan, yaitu berdasakan kepada intisari atau sifat dasar manusia mengenai baik dan buruk, jadi dengan demikian etika adalah teori tentang perbuatan manusia ditimbang menurut baik dan buruk.⁹

Maka pelayanan menurut ensiklopedia islam adalah keharuasan yang pengoperasiannya sesuai dengan prinsip syariah agara suatu pelayanan disuatu perusahaan harus mempunyai pedoman dan prinsip-prinsip yang dituangkan dalam ajaran islam. Dimana islam menekankan keabsahan suatu pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen dengan merasakan kepuasan secara maksimum.¹⁰

Menurut Fandy Tjiptono dalam bukunya yang berjudul prinsip-prinsip total quality service mengatakan bahwa ada tiga kunci dalam memberikan

⁹ Mudla Ahmad, *Etika dalam Islam*, (Semarang:Ikhlash,tt) cet ke -1 h.15

¹⁰ Muhammad, *Pengantar Akuntansi Syariah*,(Jakarta: PT : Gramedia Pustakan,1999),cet ke-1 h. 96

layanan pelanggan yang unggul. Pertama, kemampuan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan. Kedua, pengembangan data base yang lebih akurat dari pada pesaing. Ketiga, pemanfaatan informasi-informasi yang diperoleh dalam riset pasar dalam suatu kerangka strategi.¹¹

Dalam memberikan pelayanan terhadap pelanggan atau konsumen, setiap pedagang atau karyawan harus belaku ihsan, yaitu karyawan harus bisa memberikan pelayanan yang baik, cepat, optimal dan tuntas kepada pelanggan atau konsumennya. Sehingga konsumen tersebut merasa senang dan bahagia dengan pelayanan yang diberikan oleh para pedagang tersebut. Sikap melayani adalah salah satu prinsip bisnis islami.

Sikap murah hati, ramah, dan sikap melayani mestilah menjadi bagian dari kepribadian semua karyawan dalam bekerja. Pelayanan sebuah usaha atau bisnis supaya memiliki pelanggan setia dan bagus, yang menjadi harapan ialah pelanggan terus menerus jumlahnya dari hari ke hari, ini harapan semua para pengusaha ataupun pedagang pada umumnya.

Semua yang menjadi keinginan diatas tidak terlepas dari sebuah pelayanan yang baik, ramah, ketepatan, kebersihan, kenyamanan, keadilan dan sebagainya. Maka dari itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dibeberapa usaha nasi goreng yang menggunakan layar lebar, karena adanya peningkatan jumlah pelanggan setelah menggunakan layar tersebut.

¹¹ Fandy Tjiptono, *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*, (Yogyakarta:C.V Andi Offset 2005), h.128

Dari fenomena diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang lebih mendalam dan menuangkan dalam suatu bentuk karya ilmiah dengan judul: **“PERANAN MEDIA AUDIO VISUAL DALAM MENINGKATKAN PELANGGAN PADA USAHA NASI GORENG DIKECAMATAN TAMPAN MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM” (Terhadap Pedagang Nasi Goreng di Kecamatan Tampan Pekanbaru)**

B. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih menarik dan terarah sesuai dengan topik permasalahan, maka penulis memfokuskan penelitian ini terhadap pemilik usaha saja dan membatasi permasalahan ini yaitu: peranan audio visual dalam meningkatkan pelanggan pada usaha nasi goreng dikecamatan tampan menurut perspektif ekonomi islam. (Terhadap Pedagang Nasi Goreng di Kecamatan Tampan Pekanbaru)

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan, maka masalah dalam penelitian ini adalah

1. Apakah penggunaan media audio visual dapat meningkatkan jumlah pelanggan pada usaha nasi goreng yang ada di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru?

2. Bagaimana tinjauan ekonomi islam terhadap peranan media audio visual dalam meingkatkan pelayanan pelanggan pada usaha nasi goreng yang ada di Kecamatan Tampan Pekanbaru?

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:
 - a. Untuk mengetahui penggunaan media audio visual dapat meningkatkan jumlah pelanggan pada usaha nasi goreng yang ada di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru.
 - b. Untuk mengetahui tinjauan ekonomi islam terhadap peranan media audio visual dalam meingkatkan pelanggan pada usaha nasi goreng yang ada di Kecamatan Tampan Pekanbaru.
2. Kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:
 - a. Penelitian ini salah satu bahan kajian untuk memperdalam dan memperluas wawasan bagi penulis
 - b. Bahan masukan dan bahan informasi dalam penyusunan tugas akhir bagi mahasiswa selanjutnya.
 - c. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan program SI pada jurusan Ekonomi Islam dari Fakultas Syariah dan Hukum di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

E. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode lapangan, metode tersebut diterapkan dalam langkah-langkah sebagai berikut:

1. Lokasi penelitian

Lokasi penelitian ini di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru, di Jalan H.R. Soebrantas, salah satu kecamatan yang banyak menjual nasi goreng menggunakan media audio visual untuk meningkatkan jumlah pelanggan.

2. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah pedagang (pemilik) usaha nasi goreng yang menggunakan media audio visual di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru. Sedangkan objeknya adalah peranan media audio visual dalam meningkatkan pelanggan pada usaha nasi goreng ditinjau dari ekonomi islam.

3. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pedagang yang menggunakan media audio visual yang berjumlah 12 pedagang. Karena jumlah populasinya hanya 12 orang, maka sekaligus dijadikan sampel dengan menggunakan teknik total sampling¹².

4. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini ada dua macam:

- a. Data primer, yaitu data yang peroleh secara langsung dilapangan, yaitu wawancara dan angket yang dilakukan terhadap para pedagang nasi goreng yang ada di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru.

¹² Husein Umar, *Metode Penelitian*, (Jakarta: P.T Raja Grafindo Persada, 2009), h. 82

- b. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari berbagai beberapa buku atau data pendukung yang berhubungan langsung dengan masalah yang diteliti.

5. Metode Pengumpulan Data

Adapun metode dari pengumpulan data dalam penelitian ini adalah:

- a. Observasi, yaitu melakukan pengamatan secara langsung kelokasi penelitian yang berkaitan dengan masalah penelitian.
- b. Wawancara, pengumpulan data yang dilakukan penulis dengan cara melakukan tanya jawab secara langsung kepada pedagang nasi goreng yang berkaitan dengan masalah yang diperlukan oleh penulis dalam melaksanakan penelitian.
- c. Angket, yaitu penulis membuat daftar pertanyaan secara tertulis dengan memberi jawaban alternatif untuk setiap pertanyaan, kemudian disebarakan kepada para pedagang nasi goreng yang menjadi subjek penelitian yang diteliti.
- d. Study Kepustakaan, yaitu penulis mengadakan penelaahan, mempelajari dan membca buku-buku, literatur-literatur, catatan-catatan dan laporan-laporan yang ada hubungannya dengan permasalahan yang menjadi obyek penelitian

6. Analisis Data

Analisis data yang digunakan adalah sesuai dengan penelitian ini bersifat deskriptip kualitatif, yaitu menggambarkan hasil pengamatan,

wawancara dan angket yang telah diperoleh serta membahasnya, lalu dilakukan penganalisaan kemudian digambarkan dengan kata-kata serta membuat sebuah kesimpulan dan saran-saran berdasarkan hasil dari pembahasan.

7. Metode penelitian

Data yang terkumpul dianalisa, maka penulis mendeskripsikan data tersebut dengan menggunakan metode penulisan sebagai berikut:

- a. Deduktif yaitu uraian yang diawali dengan menggunakan kaedah-kaedah umum, dianalisis dan diambil kesimpulan secara khusus.
- b. Induktif yaitu dengan menggunakan fakta-fakta atau gejala-gejala yang bersifat khusus, lalu dianalisis kemudian diambil kesimpulan secara umum.
- c. Deskriptif yaitu menggunakan data-data dan keterangan yang diperoleh untuk dipaparkan dan dianalisis.

F. Sistematika Penelitian

Laporan penelitian ini disusun secara sistematis dan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini dibahas latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah tujuan dan kegunaan penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

Dalam bab ini akan dijelaskan gambaran umum kecamatan tampan seperti letak dan geografis, keadaan penduduk, sosial, pertanian, industri, perhubungan, komunikasi dan perhotelan, perekonomian.

BAB III : LANDASAN TEORI

Dalam bab ini akan dijelaskan dari segi teori dari penelitian ini yang berkenaan dengan pengertian media audio visual, jenis-jenis media audio visual, karakteristik media audio visual, pengertian usaha, landasan tentang usaha, prinsip-prinsip usaha dalam islam, konsep kepuasan pelanggan, pelayanan menurut perspektif islam,

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini menjelaskan hasil penelitian dan pembahasan yang meliputi: apakah penggunaan media audio visual dapat meningkatkan jumlah pelanggan pada usaha nasi goreng dikecamatan tampan dan tinjauan ekonomi islam terhadap peranan media audio visual dalam meningkatkan pelayanan pelanggan pada usaha nasi goreng yang ada di Kecamatan Tampan

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini merupakan bab terakhir dimana penulis akan mengambil kesimpulan dan memberikan saran-saran yang mungkin akan bermanfaat bagi pihak-pihak yang terkait

DAFTAR PUSTAKA