

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 urusan akhirat.¹

Allah berfirman dalam Al-Qur'an surat Ar-Ra'd ayat 11 yang berbunyi:

إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنفُسِهِمْ

Artinya: “*Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri*”²

Dari ayat tersebut dapat dilihat bahwa Allah tidak akan mengubah rezeki kepada manusia kecuali manusia berusaha untuk mendapatkannya dan Allah menganjurkan manusia untuk bekerja dan berusaha, dengan cara yang baik dan diridhai oleh Allah SWT dan usaha yang dijalani bermanfaat bagi masyarakat.³

Banyak cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan dalam rangka meningkatkan jumlah penjualannya atau pelanggannya. Misalnya dengan

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

² Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Al-Karim dan Terjemahnya*, (Semarang: PT. Karya Toha Putra, 2002), h. 337- 338.

³ Heri Sudarsono, *Konsep Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2004), h. 30

memberikan pelayanan yang paling optimal, meningkatkan kualitas produk, menentukan harga yang sesuai dengan selera pasar, meningkatkan promosi penjualan, terus mengembangkan produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggannya atau dengannya.

Secara sederhana, istilah *service* mungkin bisa diartikan sebagai “melakukan sesuatu bagi orang lain”. Akan tetapi tidaklah mudah mencari padanan kata dalam bahasa Indonesia yang pas untuk istilah tersebut. Setidaknya ada tiga kata yang bisa mengacu pada istilah tersebut, yakni jasa, layanan, dan servis. Sebagai jasa *service* umumnya mencerminkan produk tidak berwujud fisik (*intangible*) atau sektor industri spesifik, seperti pendidikan, kesehatan, telekomunikasi, transportasi, asuransi, perbankan, perhotelan, konstruksi, perdagangan, rekreasi, dan seterusnya.⁴

Manurut Fandy Tjiptono dalam bukunya yang berjudul prinsip-prinsip total quality service mengatakan bahwa ada tiga kunci dalam memberikan layanan pelanggan yang unggul. *Pertama*, kemampuan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan. *Kedua*, pengembangan database yang lebih akurat daripada pesaing. *Ketiga*, pemanfaatan informasi-informasi yang diperoleh dari riset pasar dalam suatu kerangka strategik.⁵

Pelanggan menciptakan harapan-harapan layanan dari pengalaman masa lalu, cerita dari mulut ke mulut, dan iklan. Jika jasa yang dipresepsikan berada di bawah jasa yang diharapkan, pelanggan akan kecewa. Jika persepsi

⁴ Fandy, Tjiptono, *Service Manajemen*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2008), h. 1

⁵ Fandy, Tjiptono, *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*, (Yogyakarta: C. V Andi Offset, 2005), h. 128

jasa memenuhi atau melebihi harapan mereka, mereka akan cenderung menggunakan penyedia tersebut lagi.⁶

Dari kutipan di atas dapat disimpulkan bahwa pelanggan akan merasa puas apabila apa yang kita suguhkan sesuai dengan persepsi jasa memenuhi harapan mereka.

Peningkatan omset penjualan atau jumlah pelanggan merupakan aspek yang paling penting untuk dilakukan melalui pemberian pelayanan yang paling optimal karena dengan pelayanan yang optimal dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan. Kepuasan ini akan menjadi promosi gratis dari pelanggan yang sudah merasakannya kemudian disembarkannya ke calon pelanggan lainnya.

Berdasarkan hasil wawancara terhadap pelanggan Swalayan Cupido yang ditemui di mini market (salah satu mini market yang ada di Rokan Hulu) bahwa mereka merasakan kurang bebas dalam memilih barang yang akan dibeli karena karyawan swalayan selalu mengikuti kemana pelanggan mencari barang-barang yang akan dibeli.⁷ Disisi lain, adanya sebagian karyawan yang kurang ramah dalam melayani para pelanggan.

Dari hasil wawancara awal tersebut jelas terlihat bahwa kurangnya teknologi dan teknik perusahaan dalam memuaskan pelanggan. Dengan telah terbentuknya Kabupaten Rokan Hulu maka pembangunan di Kecamatan Ujung Batu harus dilakukan secepatnya dengan terarah dan tepat

⁶ Philip, Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Indonesia: PT. Macanan Jaya Cemerlang, 2007), h. 54

⁷ Herteti, Salah Satu Pelanggan Swalayan Cupido, *Wawancara* Tanggal 23 April 2012

sasaran. Berbagai pusat perekonomian masyarakat dan sumber-sumber pendapatan dibangun dan dikembangkan agar mampu membiayai pembangunan. Pusat-pusat perkantoran pemerintah mulai dibangun, pusat perdagangan, perindustrian dan jasa mulai bermunculan seiring dengan perkembangan kebutuhan pemerintah dan masyarakat.

Hal ini bisa kita lihat dari berkembangnya pusat-pusat perdagangan barang dan jasa pada akhir-akhir ini, diantaranya adalah pusat perbelanjaan seperti Mini Market atau Pasar Swalayan. Perkembangan Mini Market dan Swalayan memang menjadi tren baru bagi masyarakat Ujung Batu dalam berbelanja kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari. Hal ini juga didukung oleh perubahan pola pikir masyarakat Ujung Batu yang ingin mencoba berbelanja kebutuhan sehari-hari di pasar semi-modern tersebut, dengan cara melayani diri sendiri serta dilayani pihak lain pada Swalayan tersebut.

Pada awal pendiriannya, usaha ini berkembang pesat dan tingkat penjualan barang cukup tinggi. Hal ini dikarenakan tidak adanya saingan dari usaha sejenis di Ujung Batu serta keberadaan Swalayan yang pada saat itu dianggap sebagai salah satu alternatif tempat berbelanja baru dan modern, sehingga masyarakat Ujung Batu yang masih awam dengan keberadaan usaha tersebut berbondong-bondong ingin mencobanya. Namun pada perkembangan selanjutnya usaha ini mulai mengalami penurunan tingkat penghasilan dan penjualan seiring dengan banyaknya muncul usaha sejenis, misalnya swalayan

Karya maju, swalayan Latifa, dan swalayan Sahabat bunda yang akhirnya menjadi pesaing dalam bisnis.⁸

Melihat fenomena jumlah pelanggan yang semakin menurun tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul: **“Penerapan Etika Pelayanan pada Swalayan Cupido Dalam Memaksimalkan Laba Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam (*Studi Kasus di Kecamatan Ujung Batu Kabupaten Rokan Hulu*)”**.

B. Batasan Masalah

Agar penelitian terarah dan tidak menyimpang dari topik yang dipersoalkan maka perlu adanya pembatasan masalah yang diteliti, maka penulis membatasi masalah yaitu; Meningkatkan Etika Pelayanan Pada Swalayan Cupido Guna Mencapai Profit yang Maksimal Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam di Kecamatan Ujung Batu Kabupaten Rokan Hulu.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah yang telah ditetapkan, maka permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

- a. Bagaimana penerapan etika pelayanan pada Swalayan Cupido untuk memaksimalkan laba?
- b. Bagaimana fungsi etika pelayanan dalam meningkatkan volume penjualan?

⁸Dessy Desvia Fitri, "Penerapan Etika Pelayanan Pada Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan Guna Mencapai Profit, Skripsi di Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum, (Pekanbaru: Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum UIN Suska Riau, 2011), h. 3, t.d.

- c. Bagaimana tinjauan ekonomi Islam terhadap penerapan etika pelayanan untuk meningkatkan keuntungan bagi perusahaan?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui bagaimana penerapan etika pelayanan pada Swalayan Cupido untuk memaksimalkan laba.
- b. Untuk mengetahui bagaimana fungsi etika pelayanan dalam meningkatkan volume penjualan.
- c. Untuk mengetahui bagaimana tinjauan ekonomi Islam terhadap etika pelayanan.

2. Manfaat Penelitian

- a. Sebagai bahan kajian untuk memperdalam dan memperluas wawasan bagi penulis.
- b. Sebagai bahan masukan dan bahan informasi dalam penyusunan tugas akhir bagi penelitian selanjutnya.
- c. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan pada program SI pada Jurusan Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Pekanbaru.

E. Metode Penelitian

1) Lokasi Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada Swalayan Cupido di Kecamatan Ujung Batu. Alasan memilih tempat tersebut, karena lokasi tersebut memudahkan penulis untuk mengumpulkan data yang diperlukan oleh

penulis, dan juga karena mengingat keterbatasan waktu dan dana yang penulis miliki.

2) Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen pada Swalayan Cupido. Sedangkan objek penelitiannya adalah penerapan etika pelayanan pada Swalayan Cupido di Kecamatan Ujung Batu Guna Mencapai Profit yang Maksimal.

3) Populasi dan sampel

Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini seluruh konsumen yang berbelanja di Swalayan Cupido berjumlah 200, mengingat besarnya jumlah populasi yang ada maka penulis menetapkan sampel penelitian sebanyak 100 orang atau 50%, dengan menggunakan teknik Random Sampling, yaitu pengambilan secara acak yang mana semua individu dalam populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel.

4) Jenis dan Sumber Data

- a. Data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari lokasi penelitian melalui Observasi dan wawancara.
- b. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari pihak-pihak yang terkait, serta buku-buku atau kitab-kitab perpustakaan yang dapat membantu penelitian ini guna melengkapi data-data⁹.

⁹Sumadi Suryabata, *Metode Penelitian*, (Jakarta : Rajawali Press, 2009), h. 39

5) Teknik Pengumpulan Data

- a. Observasi yaitu mengadakan pengamatan langsung dilapangan untuk mendapatkan gambaran nyata tentang kegiatan yang diteliti.
- b. Wawancara yaitu suatu cara untuk mengumpulkan data dengan mengajukan pertanyaan langsung kepada subjek penelitian¹⁰. dengan cara mengadakan tanya jawab langsung kepada pimpinan, wakil serta karyawan yang terkait dengan masalah yang diteliti.
- c. Angket yaitu mendapatkan data dengan cara menyebarkan sejumlah daftar pertanyaan kepada karyawan.
- d. Dokumentasi yaitu dengan cara meneliti dokumen, arsip dan surat-surat yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti.

6) Analisis Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode Deskriptif Kualitatif yaitu mengklasifikasikan data-data berdasarkan persamaan jenis dari data tersebut dan diuraikan sehingga diperoleh suatu gambaran yang utuh dari masalah yang diteliti.

7) Metode Penulisan

- a. Dedukif, yaitu menggambarkan kaedah umum yang ada kaitannya dengan penelitian ini dan di ambil kesimpulan secara khusus.
- b. Induktif, yaitu menggambarkan kaedah khusus yang ada kaitannya dengan menyimpulkan fakta-fakta secara khusus dianalisa dan di ambil kesimpulan secara umum.

¹⁰Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, (Jakarta: Rajawali Press, 2008), h. 151

- c. Deskriptif, yaitu penelitian yang menggambarkan kaedah, subjek dan objek penelitian berdasarkan fakta-fakta yang ada.

F. Sistematika Penulisan

Untuk mengetahui secara garis besar penyusunan skripsi ini, maka penulis membaginya dalam 5 (lima) bab seperti berikut ini :

BAB I : PENDAHULUAN

Terdiri dari Latar belakang, Batasan Masalah, Rumusan Masalah Tujuan dan Manfaat Penelitian, Metode Penelitian dan Sistematika Penulisan.

BAB II : GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

Sejarah Berdirinya Swalayan Cupido di Kecamatan Ujung Batu Kabupaten Rokan Hulu, Visi Dan Misi Swalayan cupido di Kecamatan Ujung Batu Kabupaten Rokan Hulu, Produk yang ada di Swalayan cupido di Kecamatan Ujung Batu Kabupaten Rokan Hulu, Struktur Organisasi Swalayan cupido di Kecamatan Ujung Batu Kabupaten Rokan Hulu.

BAB III : TINJAUAN TEORITIS

Terdiri dari Pengertian Etika, Pengertian Etika Pelayanan, Pengertian Etika Pelayanan Dalam Ekonomi Islam

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Terdiri dari Penerapan etika pelayanan pada Swalayan Cupido di Kecamatan Ujung Batu Kabupaten Rokan Hulu untuk mencapai profit yang maksimal, Fungsi etika pelayanan dalam

meningkatkan volume penjualan, Tinjauan ekonomi Islam terhadap penerapan etika pelayanan untuk meningkatkan keuntungan bagi perusahaan

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Terdiri dari Kesimpulan dan Saran