

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Keterlibatan muslim dalam bisnis bukan merupakan suatu 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

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



Artinya: *“Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri.....”* (Q.S. Ar-Ra'd :11)

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

Banyak cara yang dapat dilakukan oleh seorang manajer perusahaan dalam rangka meningkatkan jumlah pendapatan atau pelanggannya, salah satunya dengan cara

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

memberikan sistem pelayanan secara optimal agar tujuan yang diinginkan oleh perusahaan dapat tercapai dengan baik.

Secara sederhana, istilah *service* mungkin bisa diartikan sabagai “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 mangacu 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, kontruksi, perdagangan, rekreasi, dan seterusnya.²

Menurut 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 strategi.³

Sedangkan menurut Suharto Abdul Majid pelayanan adalah pertama, sebuah kata kerja yang bersifat aktif bukan pasif, dinamis bukan statis, proaktif bukan reaktif, tanggap dan peduli terhadap orang lain bukan cuek, mau menolong orang lain bukan menghindar. Kedua, suatu tindakan nyata dan segera untuk menolong orang lain (pelanggan, mitra kerja, mitra bisnis, dan sebagainya), disertai dengan senyuman yang ramah dan tulus.⁴

Pelanggan menciptakan harapan-harapan layanan dari pengalaman masa lalu, cerita dari mulut ke mulut, dan iklan. Jika jasa yang dipersepsikan berada di bawah jasa yang

² Fandy, Tjiptono, *Service Manajemen*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2008), h. 1.

³ Fandy, Tjiptono, *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2005), h. 128.

⁴ Suharto Abdul Majid, *Customer Service Dalam Bisnis Jasa Transportasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), Ed. 1. Cet. 1, h. 35.

diharapkan, pelanggan akan kecewa. Jika persepsi jasa memenuhi atau melebihi harapan mereka, mereka akan cenderung menggunakan penyedia tersebut lagi.⁵ Dari kutipan tersebut 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 secara optimal dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dan itu yang harus dilakukan oleh seorang manajer dalam mengatur karyawannya agar dapat memberikan pelayanan yang optimal terhadap pelanggan. Kepuasan ini akan menjadi promosi gratis dari pelanggan yang sudah merasakannya kemudian di sebarkannya ke calon pelanggan lainnya.

Di dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan atau konsumen, karyawan harus bekerja secara profesional dan terampil. Sifat profesionalisme digambarkan dalam Al-Qur'an surah Al-Isra ayat 84 yang berbunyi:

..... 
Artinya: “Katakanlah: masing-masing bekerja menurut bentuknya (bakatnya)”. (Q. S. Al-Isra: 84)

Pada ayat di atas, dikemukakan bahwa setiap orang yang beramal dan berbuat sesuai dengan kemampuan. Artinya, seseorang harus bekerja dengan sepenuh hati dan penuh ketekunan dengan mencurahkan seluruh keahliannya. Jika seseorang bekerja sesuai dengan kemampuannya, maka akan melahirkan hal-hal yang optimal.

Di samping itu dalam memberikan sebuah pelayanan yang baik, para karyawan dituntut untuk selalu bersikap ramah dan tersenyum. Dengan tersenyum (*tabassum*) ternyata

⁵ Philip, Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Indonesia: PT. Macanan Jaya Cemerlang, 2007), h. 54.

akan melahirkan cinta, kasih sayang dan orang lain pun akan merasa lebih dihargai. Rasulullah SAW menyebutkan dalam hadistnya sebagai berikut:

تبسمك في وجه اخيك لك صدقة.....(رواه البخارى ومسلم)

Artinya: “*Senyumanmu itu kepada saudaramu, bagimu adalah merupakan sedekah*”. (HR. Bukhari dan Muslim)⁶

Batagor Ihsan merupakan perusahaan yang bergerak pada bidang kuliner. Perusahaan ini berpusat di Bandung dan memiliki cabang di Pekanbaru yang beralamatkan di Jalan Pepaya di kecamatan Sukajadi. Batagor Ihsan merupakan *Restaurant* ternama yang sudah berjalan lebih kurang lima tahun.

Dalam rangka untuk mencapai target pendapatan *Restaurant* Batagor Ihsan cabang Sukajadi, karyawan harus memberikan pelayanan yang baik kepada kosumen dan memberikan rasa aman dan nyaman kepada konsumen. Salah satu usaha pelayanan yang paling ditekankan pada perusahaan untuk meningkatkan pendapatan ialah dengan cara memberikan pelayanan yang optimal kepada konsumen dengan bersikap sebaik mungkin dalam memberikan pelayanan supaya konsumen merasa puas dan nyaman dalam menikmati hidangan yang disuguhkan.⁷

Namun, kenyataan di lapangan menunjukkan bahwa karyawan *Restaurant* Batagor Ihsan cabang Sukajadi ternyata masih ada yang menunjukkan sikap yang tidak diharapkan. Berdasarkan hasil wawancara terhadap salah seorang pelanggan Batagor Ihsan cabang Sukajadi terdapat karyawan-karyawan yang kurang ramah dalam melayani para pelanggan atau konsumen.⁸

⁶ Al. Imam Al-Bukhori, *Shaheh Al-Bukhori*, (Beirut: Dar-Al kotob Al-Ilmiyah, 1992), h. 587.

⁷ Bapak Alvin, (Asisten Manajer Batagor Ihsan), *Wawancara*, Pekanbaru 5 Mei 2013.

⁸ Bapak Amiruddin, (Pelanggan Batagor Ihsan), *Wawancara*, Pekanbaru 2 Mei 2013.

Dari hasil wawancara awal tersebut dapat diketahui bahwa *Restaurant* Batagor Ihsan cabang Sukajadi kurang memperhatikan sikap pelayanan yang diberikan oleh karyawan kepada konsumen. Ketidakpuasan pelanggan tersebut jika terus dibiarkan akan dapat mengakibatkan perusahaan kehilangan pelanggan. Sehingga, hal ini dapat berpengaruh terhadap pendapatan perusahaan.

Islam mendorong penganutnya berjuang untuk mendapatkan materi atau harta dengan berbagai cara, asalkan mengikuti rambu-rambu yang telah ditetapkan. Untuk mengetahui lebih jelas tentang pelayanan yang ada pada *Restaurant* Batagor Ihsan cabang Sukajadi maka perlu diadakan penelitian agar dapat diketahui lebih jelas tentang pelayanan yang ada pada *Restaurant* Batagor Ihsan cabang Sukajadi.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul: **“Sistem Pelayanan Pada Pelanggan *Restaurant* Batagor Ihsan Cabang Sukajadi Ditinjau Menurut Ekonomi Islam.”**

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 Sistem Pelayanan Pada Pelanggan *Restaurant* Batagor Ihsan Cabang Sukajadi Ditinjau Menurut Ekonomi Islam.

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana sistem pelayanan pada pelanggan *Restaurant* Batagor Ihsan cabang Sukajadi?
2. Bagaimana tinjauan Ekonomi Islam terhadap sistem pelayanan pada pelanggan *Restaurant* Batagor Ihsan cabang Sukajadi?

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan penelitian
 - a. Untuk mengetahui sistem pelayanan pada pelanggan *Restaurant* Batagor Ihsan cabang Sukajadi.
 - b. Untuk mengetahui tinjauan Ekonomi Islam terhadap sistem pelayanan pada pelanggan *Restaurant* Batagor Ihsan cabang Sukajadi.
2. Kegunaan penelitian
 - a. Sebagai syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S1 / Strata Satu) pada Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
 - b. Sebagai wadah bagi penulis dalam mengaplikasikan ilmu yang diperoleh di bangku kuliah.
 - c. Sebagai masukan bagi manajer Batagor Ihsan mengenai bagaimana tinjauan ekonomi Islam terhadap sistem pelayanan yang sedang dijalankan. Sebagai salah satu sumbangan penulis dalam penelitian selanjutnya.

E. Metode Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*), berlokasi di *Restaurant* Batagor Ihsan yang beralamatkan di Jl. Pepaya No. 40, Kecamatan Sukajadi, Kota Pekanbaru. Alasan memilih tempat tersebut, karena penjualan batagor terbesar di Kota Pekanbaru ialah *Restaurant* Batagor Ihsan cabang Sukajadi dan merupakan cabang *Restaurant* Batagor Ihsan pertama di Pekanbaru. Oleh sebab itu penulis merasa tertarik untuk meneliti di lokasi tersebut.

2. Subjek dan Objek Penelitian

Adapun yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah pimpinan, manajer, dan karyawan Batagor Ihsan cabang Sukajadi beserta pelanggannya. Sedangkan objek penelitiannya adalah sistem pelayanan pada pelanggan *Restaurant* Batagor Ihsan cabang Sukajadi ditinjau menurut Ekonomi Islam.

3. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi penelitian ini adalah pimpinan, manajer, dan karyawan atau pramusaji Batagor Ihsan yang berjumlah 25 orang. Sedangkan populasi pelanggan tidak diketahui berapa pasti jumlahnya atau tidak tetap. Untuk pengambilan sampel pada populasi pimpinan, manajer, dan karyawan atau pramusaji menggunakan metode *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan pemilihan subjek yang ada dalam posisi terbaik untuk memberikan informasi yang dibutuhkan.⁹ dalam hal ini sampel ditetapkan yakni pimpinan, *manager* operasional, *manager* personalia dan 6 orang pramusaji. Untuk populasi pelanggan menggunakan metode *accidental sampling*, yakni pemilihan sampel dari siapa saja yang kebetulan ada atau dijumpai menurut keinginan peneliti.¹⁰ Dalam hal ini ditetapkan sebanyak 40 orang pelanggan.

4. Sumber Data

⁹ Ulber Silalahi, *Metode Penelitian Sosial*, cet. Ke-2, (Bandung: Refika Adimata, 2010), h. 272.

¹⁰ *Ibid.*

- a. Data Primer, Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui perantara).¹¹ 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.¹² 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.

5. Teknik Pengumpulan Data

- a. Observasi yaitu mengadakan pengamatan langsung dilapangan untuk mendapatkan gambaran nyata tentang kegiatan yang diteliti.
- b. Wawancara yaitu mengadakan tanya jawab langsung kepada pimpinan, karyawan, serta pelanggan Batagor Ihsan cabang Sukajadi.
- c. Angket yaitu mendapatkan data dengan cara menyebarkan sejumlah daftar pertanyaan kepada pelanggan atau konsumen sebanyak 40 orang.
- d. Studi dokumentasi, yaitu dengan cara meneliti dokumen, arsip, surat-surat yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti.

6. Metode Analisa Data

Data yang diperoleh dari lapangan, kemudian yang 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 di mana

¹¹ Etta Mamang Sangadji, Sopiah, *Metode Penelitian: Pendekatan Praktis Dalam Penelitian*, (Yogyakarta: Andi, 2010), h. 171.

¹² Uber silalahi, *op.cit.*, h. 291.

penjelasan ini menggunakan metode kualitatif kemudian diperoleh kesimpulan dari permasalahan ini.

7. Metode Penulisan

Setelah data terkumpul dan dianalisa, kemudian dituangkan dalam bentuk tulisan dengan menggunakan metode antara lain:

- a. Deduktif yaitu menggunakan data-data umum yang ada kaitannya dengan penelitian ini dan di ambil kesimpulan secara khusus.
- b. Induktif yaitu mengumpulkan data-data umum 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, Batasan Masalah, Rumusan 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 *Restaurant* Batagor Ihsan cabang Sukajadi, struktur organisasi perusahaan dan pembagian tugas, serta aktivitas perusahaan.

BAB III : Tinjauan Teori

Pada bab ini dijelaskan yang berkaitan dengan tinjauan umum tentang sistem pelayanan dalam Islam yaitu: pengertian sistem dan pelayanan, tujuan dan manfaat sistem pelayanan, pandangan Islam tentang pelayanan.

BAB IV : Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Dalam bab ini penulis mengemukakan tentang hasil penelitian dan pembahasan yang meliputi tentang sistem pelayanan pada pelanggan *Restaurant* Batagor Ihsan cabang Sukajadi dan tinjauan ekonomi Islam terhadap sistem pelayanan.

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.