

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Berdagang atau berbisnis memerankan peran yang sangat penting didalam kehidupan sosial dan ekonomi. Berdagang adalah kegiatan ekonomi yang dilakukan masyarakat untuk menawarkan suatu barang dan jasa. Dalam berdagang pasti ada transaksi jual beli, masyarakat Indonesia melakukan sistem perdagangan di pasar, baik pasar modern seperti minimarket, supermarket dan hypermarket maupun pasar tradisonal dimana banyak terdapat penjual dan pembeli dengan banyak barang dan jasa yang disediakan.

Dalam melakukan sistem perdagangan, terkadang ada beberapa pedagang yang mengambil untung atas barang atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen. Tetapi Islam tidak membiarkan orang yang melakukan pekerjaan dengan seenaknya dan mengambil untung dengan menghalalkan segala cara seperti menimbun barang, penipuan, kecurangan, dan lain-lain. Rasulullah SAW, adalah pelopor bisnis yang berdasarkan pada prinsip kejujuran, transaksi bisnis yang adil dan sehat. Tujuan utama berdirinya setiap usaha adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada para konsumen melalui penyampaian produk dan jasa yang berkualitas dengan memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Dalam dunia bisnis hal apapun tidak akan bisa lepas dari yang namanya pelayanan. Apa lagi dalam bisnis jasa, pelayanan yang berkualitas menjadi hal yang sangat penting sebagai pemberian mutu tertinggi kepada

konsumen. Konsumen akan merasa senang jika sistem pelayanan yang diberikan sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen. Sebaliknya konsumen akan merasa kecewa jika sistem pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan apa yang konsumen harapkan.

Saat ini orientasi belanja konsumen sudah berubah yaitu tidak hanya berdasarkan kualitas dan harga suatu barang yang ditawarkan, melainkan terdapat faktor lain yang mendukung minat mereka untuk berbelanja ditempat tersebut. Faktor tersebut seperti kenyamanan tempat, lokasi yang strategis, efisiensi waktu, termasuk pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Sistem pelayanan pada karyawan terhadap konsumen adalah salah satu dampak yang berpengaruh pada kemajuan suatu usaha. Hal ini dipengaruhi oleh pelayanan yang ramah dapat menarik minat konsumen untuk berbelanja di tempat dengan pelayanan yang baik, ramah, dan sopan. Oleh karena itu setiap pebisnis harus mengetahui faktor-faktor tersebut agar dapat menarik minat konsumen.¹

Pada penelitian ini, saya mengambil objek penelitian di Asfa Mart yang merupakan minimarket berpemilikan pribadi. Asfa Mart menjual barang kebutuhan yang dibutuhkan sehari-hari oleh masyarakat seperti bahan pokok, pakaian, perlengkapan rumah tangga, alat tulis, dan masih banyak yang lainnya. Berbeda dari minimarket yang lainnya, Asfa Mart tidak menjual minuman keras, alat kontrasepsi, dan produk yang tidak halal. Jam operasional pada Asfa Mart yaitu dimulai pada pukul 7 dan tutup hingga

¹ Firda Putri Maulidini, " Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kemajuan Bisnis Koperasi Syariah Studi Pada 212 Mart Kendangsari Surabaya" (*Skripsi- Universitas Islam Negeri Surabaya*, 2021).

pukul 22 setiap hari.² Hal itu telah menunjukkan bahwa mereka sudah menerapkan etika bisnis Islam dapat dilihat dari mereka menjual produk yang halal saja.

Berdasarkan hasil pra wawancara yang saya lakukan dengan konsumen, ketika barang yang sudah dibeli kemudian barang tersebut dikembalikan lagi oleh konsumen, karena terdapat kecacatan pada barangnya tetapi dari pihak karyawan Asfa Mart tidak mau menerima barang itu kembali atau menggantinya dengan yang lebih baik. Seharusnya karyawan mengecek kembali barang yang akan dibeli oleh konsumen tersebut apakah ada cacatnya atau tidak sebelum bertransaksi. Dalam pelayanan Islami itu mengajarkan jika terdapat barang yang cacat sebaiknya diperlihatkan kecacatannya, dari sini seharusnya pihak karyawan Asfa Mart menerapkan pelayanan Islami dengan siap untuk bertanggung jawab atas barang yang kurang bagus. Kemudian dari hasil pra wawancara yang saya lakukan dengan salah satu konsumen lainnya yang pernah belanja di Asfa Mart, bahwa dia pernah mendapatkan pelayanan yang kurang baik dari salah satu karyawan. Disaat dia melakukan transaksi di kasir karyawan tersebut tidak melayani dengan baik.³ Seharusnya dalam melayani konsumen, karyawan harus memperlakukan konsumen dengan baik seperti selalu tersenyum, selalu ramah serta sopan santun agar konsumen merasa puas dan senang berbelanja di tempat tersebut.

Berdasarkan latar belakang dan dan hasil yang saya temukan, maka saya tertarik untuk meneliti lebih jauh dengan melakukan suatu penelitian

² Dina, *Wawancara*, 28 Oktober 2022.

³ Dinda, *Wawancara*, 30 November 2022.

ilmiah yang diberi judul “Analisis Pelayanan Asfa Mart Kecamatan Widang Kabupaten Tuban Dalam Perspektif Pelayanan Islami”.

B. Batasan Masalah

Untuk menghindari adanya pelebaran dan penyimpangan suatu pokok permasalahan, maka perlu adanya batasan masalah agar penelitian ini lebih terarah serta dapat memudahkan dalam suatu pembahasan sehingga tujuan penelitian akan tercapai. Jadi penulis membatasi dan memfokuskan pembahasan tentang analisis pelayanan karyawan kepada konsumen Asfa Mart Kecamatan Widang Kabupaten Tuban ditinjau dari pelayanan Islami.

C. Fokus Penelitian

Berdasarkan pembatasan masalah diatas, maka fokus permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan pelayanan karyawan kepada konsumen Asfa Mart Kecamatan Widang Kabupaten Tuban?
2. Bagaimana analisis penerapan pelayanan karyawan kepada konsumen Asfa Mart Kecamatan Widang Kabupaten Tuban ditinjau dari pelayanan Islami?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana penerapan pelayanan karyawan kepada konsumen Asfa Mart Kecamatan Widang Kabupaten Tuban.

2. Untuk mengetahui bagaimana penerapan pelayanan karyawan kepada konsumen Asfa Mart Kecamatan Widang Kabupaten Tuban ditinjau dari pelayanan Islami.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari judul skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat secara teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam mengembangkan keilmuan dalam bidang ekonomi syariah terutama pada penerapan pelayanan pada setiap usaha yang dijalankan berdasarkan pada etika bisnis Islam dan juga menjadi sarana untuk menambah referensi, informasi dan wawasan teoritis untuk merangsang pihak lain yang akan mengadakan penelitian selanjutnya.

2. Manfaat secara praktis

- a. Bagi Masyarakat

Dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman dan masukan bagi masyarakat tentang bagaimana pentingnya melakukan pelayanan Islami pada setiap usaha yang dijalankan.

- b. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi dan acuan serta masukan bagi perusahaan dalam mengambil keputusan guna meningkatkan kinerja pelayanan perusahaan.

F. Definisi Istilah

Untuk menghindari ambiguitas dan kesalah pahaman, beberapa istilah yang digunakan dalam penelitian ini didefinisikan dengan tepat. Istilah kunci didefinisikan sebagai berikut:

1. Analisis

Menurut para ahli yaitu Sugiyono analisis adalah kegiatan untuk mencari pola, atau cara berpikir yang berkaitan dengan pengujian secara sistematis terhadap sesuatu untuk menentukan bagian, hubungan antar bagian, serta hubungannya dengan keseluruhan. Sedangkan menurut Wiradi analisis adalah aktivitas yang memuat kegiatan memilah mengurai, membedakan sesuatu yang kemudian digolongkan dan dikelompokkan menurut kriteria tertentu lalu dicari makna dan kaitannya masing-masing.

Jadi dapat disimpulkan analisis adalah kegiatan yang dilakukan untuk mengurai, memilah dan membedakan sesuatu kemudian dikelompokkan agar dapat mendapatkan makna dan kaitanya masing-masing.

2. Pelayanan

Pelayanan didefinisikan sebagai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan atau perseorangan terhadap konsumen atau pelanggan yang bersifat tidak ada wujudnya dan tidak dapat dimiliki. Pelayanan juga didefinisikan sebagai bentuk membantu orang lain dengan memberikan yang mereka butuhkan seperti pembelian. Penjual bertanggungjawab

untuk memberikan pelayanan kepada pembeli atau konsumen agar mereka puas. Penjual juga harus bisa mendengarkan perasaan pembeli dengan tidak menyela perkataan pembeli dan selalu mendengarkan serta memperhatikan baik-baik apa yang dikatakan konsumen atau pelanggan.⁴

3. Pelayanan Islami

Pelayanan Islam adalah suatu keharusan dalam pelayanan yang pengoperasiannya sesuai dengan prinsip syariah. Dimana Islam menekankan keabsahan suatu pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen yang merasakan kepuasan secara maksimum.⁵

4. Asfa Mart (minimarket)

Minimarket adalah swalayan atau toko yang menjual barang yang sebagian besar barang-barang tersebut merupakan barang kebutuhan sehari-hari yang dibutuhkan oleh konsumen, dengan luas jangkauan area antara 100 hingga 1000m². Minimarket juga menjadi tempat favorit untuk berbelanja kebutuhan dikarenakan tidak perlu jauh-jauh pergi ke supermarket. Pada era sekarang ini sudah banyak dijumpai minimarket-minimarket yang sudah menyediakan fasilitas yang baik sehingga membuat konsumen nyaman untuk berbelanja di minimarket.⁶

⁴ Jenu Widjaya Tandjung, *Spiritual Selling How to Get and Keep Your Customer* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2018), 45.

⁵ Nurhadi, "Konsep Pelayanan Perspektif Ekonomi Islam", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* ,

⁶ Lalu Takdir Jumaidi, Jalaludin, Muhamad Ahyar, "Eksistensi Minimarket Terhadap Kelangsungan Usaha Toko Kelontong dan Waserda", *Jurnal Magister Manajemen UNRAM*, vol. 8 no. 2, 2019.

G. Sistematika Pembahasan

Untuk menyampaikan gambaran terkait struktur penelitian secara sistematis, maka penulis menyajikan sistematika pembahasan yang terdiri dari 6 (enam) bab sebagai berikut:

Bab I berisi tentang pendahuluan. Pada bab ini dideskripsikan tentang konteks penelitian, batasan masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah, dan sistematika pembahasan.

Bab II berisi landasan teori. Pada bab ini dijelaskan tentang, kajian teori, kajian pustaka, dan kerangka konseptual. Dalam hal ini, penulis menjelaskan terkait teori-teori analisis pelayanan Asfa Mart Kecamatan Widang Kabupaten Tuban dalam perspektif pelayanan Islami.

Bab III berisi tentang metode penelitian. Pada bab ini menjelaskan terkait jenis dan pendekatan penelitian, subyek penelitian, sumber dan jenis data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, serta uji keabsahan data.

Bab IV berisi tentang hasil penelitian. Pada bab ini mendeskripsikan terkait gambaran umum obyek penelitian di Asfa Mart Kecamatan Widang Kabupaten Tuban yang meliputi sejarah berdirinya, Visi dan Misi, struktur organisasi, tujuan, lokasi, serta data-data yang diperoleh terkait analisis pelayanan Asfa Mart Kecamatan Widang Kabupaten Tuban dalam perspektif pelayanan Islami.

Bab V berisi tentang analisis data dan pembahasan. Pada bab ini penulis menganalisis data-data yang sudah diperoleh menggunakan teori yang digunakan.

Bab VI berisi penutup yang meliputi dari kesimpulan dan saran. Pada bab ini penulis menjelaskan terkait hasil penelitian yang sesuai dengan fokus penelitian serta memberikan saran-saran yang berkaitan dengan hasil penelitian.