

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Teori

1. Bisnis

Bisnis merupakan kegiatan antara penjual dan pembeli yang menawarkan barang dan jasa guna untuk mendapatkan keuntungan atau laba yang diinginkan. Setiap orang yang menjalankan usahanya tentu mengharapkan untung atau keuntungan dari penjualan tersebut. Salah satu tujuan dari usaha (perdagangan) adalah untuk mendapatkan keuntungan yang merupakan cerminan dari pertumbuhan aset. Laba ini muncul dari proses memutar kapital dan mengoperasikannya dalam aktivitas perdagangan dan moneter. Islam sangat menganjurkan pemanfaatan harta/modal dan mengharamkan penyimpanannya agar tidak termakan zakat sehingga harta tersebut dapat mewujudkan perannya dalam kegiatan ekonomi. Dalam ekonomi Islam, bisnis merupakan simbol dari urusan duniawi yang dianggap sebagai bagian integral dari hal-hal yang merupakan investasi akhirat. Artinya, jika orientasi bisnis dan usaha investasi akhirat (dimaksudkan sebagai ibadah dan totalitas ketaatan kepada Tuhan). Bahkan dalam Islam, pengertian bisnis itu saja tidak ada urusan dunia yang dibatasi, namun mencakup semua aktivitas dalam sebuah bisnis.¹

¹ Moh. Ah. Subhan ZA Miftahal Anjarsabda Wira Buana, Akmalur Rijal, "Implementation of Islamic Business Ethics in Increase Welfare Trader Post Pandemic (Study The Case on UMKM Lamongan)," *Jurnal of Sharia Economics* 5, no. 1 (2023).

Perbedaan bisnis Islami dengan bisnis konvensional:

Secara garis besar perbedaan antara ekonomi Islami dengan ekonomi konvensional terdapat pada asumsi dasar dan latar belakang filosofis. Asumsi dasar ekonomi konvensional adalah rasio manusia. Para ekonom mengemukakan manusia berusaha mencapai kepuasan sebesar-besarnya atas dasar *resources* tertentu atau bagaimana mencapai profit tertentu dengan ongkos sekecil-kecilnya. Dalam ekonomi Islam bukan hanya rasio yang dikembangkan melainkan rasio Al-Qur'an dan Hadits yang berdasarkan pada tauhid, *rububiyah*, *khalifah*, dan *ma'ad* (ada kehidupan sesudah kehidupan di dunia).²

Kelebihan bisnis Islami dibandingkan bisnis Konvensional

Konsep bisnis Islami memiliki beberapa kelebihan dibandingkan dengan konsep bisnis konvensional (kapitalis dan sosialis). Bisnis Syariah merupakan implementasi dari aturan syariat Allah. Sebenarnya bentuk bisnis Syariah tidak jauh berbeda dengan bisnis pada umumnya, yaitu upaya untuk memproduksi barang dan jasa guna memenuhi kebutuhan konsumen. Namun aspek Syariah inilah yang membedakannya dengan bisnis umumnya, juga menjalankan Syariah dan perintah Allah dalam hal bermuamalah. Untuk membedakan antara bisnis Syariah dengan yang bukan, maka kita dapat mengetahuinya dengan ciri dan karakter dari bisnis Islami yang memiliki keunikan dan ciri tersendiri.

² Moh. Ah. Subhan. ZA Misbahul Khoir, "Etika Bisnis Islam Dan Kelangsungan Usaha Aqiqah Service Center (ASC) Di Gresik," *jurnal ekonomi Syariah* 4 (2019).

Ciri-Ciri bisnis Islami

- a. Selalu berpijak pada nilai-nilai rohaniah, yaitu kesadaran setiap manusia akan eksistensinya sebagai ciptaan Allah yang harus selalu berhubungan dengan-Nya dalam wujud ketaatan.
- b. Memiliki pemahaman terhadap bisnis yang halal dan haram. Pelaku bisnis dituntut untuk mengetahui benar fakta-fakta terhadap praktik bisnis yang benar dan yang salah.
- c. Benar secara *syar'i* dalam implementasi, intinya pada masalah ini adalah ada kesesuaian antara teori dan praktik, antara apa yang telah dipahami dan diterapkan. Sehingga pertimbangan tidak semata-mata untung dan rugi secara material.
- d. Berorientasi pada hasil dunia dan akhirat. Bisnis tentu dilakukan untuk mendapatkan keuntungan sebnayak-banyaknya berupa harta, dan ini dibenarkan dalam Islam. Karena bisnis memang untuk mendpatkan keuntungan . Dlam konteks ini hasil diperoleh, dimiliki dan dirasakan, memang berupa harta. Namun muslim yang sholeh tentu bukan hanya itu yang menjadi orientasi hidupnya, namun lebih dari itu yaitu kebahagiaan abadi di akhirat.

Karakteristik Bisnis Syariah

Menurut Yusanto dan Widjayakusuma, sebagaimana yang dikutip oleh Nana Herdiana Abdurrahman, bahwa karakteristik bisnis Syariah adalah tidak memberi hadiah/komisi dalam lobi bisnis (uang, wanita, dan lain-lain; tidak makan riba; tidak ingkar janji; input; proses, output bebas

dari barang dan jasa haram; tidak suap; tidak menipu; tidak korupsi; dan tidak dzalim.

2. Pelayanan

a. Definisi pelayanan

Dalam pelayanan, ada dua istilah yang perlu diketahui, yaitu pelayanan dan melayani. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia pelayanan adalah bentuk usaha melayani kebutuhan orang lain, sedangkan melayani adalah membantu mengurus atau menyiapkan keperluan atau kebutuhan yang seseorang perlukan.³

Pada dasarnya dalam melakukan pelayanan yang baik sebenarnya sudah digambarkan seseorang melalui sikap, pembicaraan, dan bahkan tubuh (dalam melakukan pelayanan yang baik sebenarnya sudah digambarkan seseorang melalui sikap, pembicaraan, dan bahkan tubuh (*body language*) yang bersifat simpatik, lembut, sopan, hormat dan penuh kasih sayang.⁴ Berikut karakteristik pelayanan agar menjadi dasar pelayanan yang terbaik dapat dilihat dari segi:⁵

- 1) Pelayanan yang sifatnya tidak kasat mata (tidak dapat diraba), pelayanan yang sifatnya berlawanan dengan barang jadi.
- 2) Bentuk dari pelayanan adalah sebuah tindakan nyata dan juga sifatnya berpengaruh pada tindakan sosial.

³ Nur Riyanto Al-Arif, *Dasar-Dasar Ekonomi Islam* (Solo: PT. Era Adicitra Intermedia, 2011), 211.

⁴ Moh. Ah. Subhan ZA, "Strategi Pemasaran Perbankan Syariah Pada Bpr Syariah Amanah Sejahtera Gresik," *Akademika* 9, no. 69 (2015): 5–24.

⁵ Sofiatul Chasanah, "Analisa Etika Bisnis Islam Terhadap Pelayanan Pelanggan Di Rumah Makan Joglo Manis Ponorogo" (*Skripsi*- Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo, 2017), 34.

- 3) Hasil dari pelayanan yaitu produksi dan konsumsi tidak dapat dipisahkan, karena biasanya kejadiannya bersamaan dan juga terjadi di tempat yang sama.

Dari karakteristik diatas dapat dijadikan suatu acuan atau dasar perusahaan memberikan pelayanan kepada konsumennya. Salah satunya yaitu dengan melakukan pelayanan pemasaran atau digital marketing dengan baik dan efektif sehingga mampu menarik minat konsumen, yaitu dengan cara pengenalan produk dan pemanfaatannya kepada konsumen.⁶ Pelayanan yang diberikan kepada konsumen harus nyata dalam bentuk tindakan yang dapat dirasakan oleh konsumen, sehingga konsumen yang merasakan pelayanan tersebut merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.

Dalam proses layanan, ada tiga hal yang perlu untuk diperhatikan yaitu:

- 1) Penyedia layanan, adalah pihak yang melakukan suatu bentuk layanan tertentu kepada konsumen, baik berupa layanan dalam bentuk penyediaan dan penyerahan barang atau jasa.
- 2) Penerima layanan, adalah yang umumnya disebut dengan pelanggan atau konsumen yang mendapatkan atau menerima suatu layanan yang telah diberikan oleh penyedia layanan.
- 3) Bentuk dan jenis layanan, berbentuk sebuah barang atau jasa.

⁶ Moh Ah et al., "Pelatihan Digital Marketing Untuk Menyiapkan Santripreneur Profesional Di Pondok Pesantren Al Muawanah Lamongan" 4, no. 3 (2023): 2166–2173.

Dalam hal melakukan pelayanan dapat dikategorikan kedalam tiga bentuk, yaitu:

1) Layanan dengan lisan

Dapat dilakukan dengan seseorang yang mengetahui atau faham tentang suatu informasi dan mampu memberikan penjelasan kepada siapapun yang membutuhkan informasi.

2) Layanan dengan tulisan

Layanan dengan menggunakan tulisan merupakan salah satu layanan yang cukup berpengaruh terhadap pelaksanaan tugas. Layanan dalam bentuk tulisan dapat berupa pemberitahuan, laporan, permohonan, maupun keluhan.

3) Layanan dengan perbuatan

Layanan dengan perbuatan ini sama halnya dengan keahlian atau kemampuan seseorang dan merupakan faktor yang menentukan kepada hasil dari perbuatan. Pada umumnya layanan yang menggunakan perbuatan ini tidak terhindar dari layanan yang menggunakan lisan karena saling berhubungan dan layanan dengan lisan maupun perbuatan paling sering dilakukan dalam kehidupan sehari-hari.

Dasar-dasar dalam pelayanan:

Pelayanan yang akan diberikan karyawan kepada konsumen harus dibekali dengan dasar-dasar pelayanan. Berikut ini akan dijelaskan dasar-

dasar pelayanan yang harus diterapkan seorang karyawan kepada konsumen yaitu:

1) Menyapa kepada konsumen

Pada saat konsumen atau pelanggan datang karyawan harus segera menyapa dengan memberikan senyuman.

2) Dapat menjelaskan secara tepat dan jelas

Ketika berhadapan dengan konsumen, sebagai karyawan harus mampu menjelaskan dengan tepat dan jelas apa saja informasi yang dibutuhkan oleh konsumen sehingga konsumen mudah memahami apa yang disampaikan oleh karyawan.

3) Cekatan dalam melayani

Dalam melayani konsumen, karyawan dituntut untuk bersikap cekatan dan tidak malas-malasan, sehingga konsumen akan merasa puas terhadap apa yang dilakukan oleh karyawan.

4) Melayani dengan ramah tamah

Bersikap ramah tamah merupakan salah satu pelayanan yang penting untuk dilakukan, dengan bersikap ramah tamah konsumen akan merasa di hargai oleh karyawan.

5) Menyediakan fasilitas yang memadai

Dalam melayani konsumen harus di dukung dengan fasilitas yang baik dengan selalu menjaga kebersihan dan kenyamanan kepada konsumen.

6) Memiliki keinginan untuk menolong

Dalam melayani konsumen hendaknya karyawan harus selalu sigap terhadap apa yang dibutuhkan oleh konsumen dan selalu membantu terhadap konsumen yang membutuhkan bantuan.

7) Berpakaian yang rapi

Penampilan karyawan akan menunjukkan bagaimana citra suatu perusahaan tersebut dimata konsumen.⁷

Dalam melakukan pelayanan kepada konsumen yang perlu untuk dipahami dan diperhatikan dalam setiap organisasi atau perusahaan adalah meliputi dua hal, yaitu:

- 1) Yang harus diperhatikan dalam pelayanan adalah kehandalan, jaminan, daya tanggap, bukti fisik, dan empati.
- 2) Dalam melakukan pelayanan harus memperhatikan nilai-nilai dasar yang harus dimiliki, antara lain:
 - a) Nilai kejujuran, dalam melakukan pelayanan harus menerapkan kebenaran agar tidak ada yang merasa tercurangi.
 - b) Saling hormat, dalam melaksanakan pelayanan sebaiknya saling menghormati satu sama lain baik dari karyawan, konsumen, mitra bisnis, serta pemasok.
 - c) Selalu gembira, dalam hal melayani konsumen sebaiknya karyawan selalu gembira agar konsumen merasa senang dan puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh karyawan.

⁷ Umi Kulsum, "Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Melayani Konsumen (Studi Kasus pada Mini Market Rahap Putra Klambu Kabupaten Grobogan)", (*Skripsi*- Institut Agama Islam Negeri IAIN Kudus, 2018), 27.

- d) Nilai kerjasama, suatu kegiatan yang memiliki tujuan untuk menumbuhkan kekuatan-kekuatan atau sumber daya yang dimiliki oleh masing-masing karyawan.
- e) Nilai kemauan, karyawan dalam hal melayani konsumen harus memiliki kemauan serta kerelaan dalam melakukan tugas dan tanggung jawab.

Ada beberapa ciri-ciri pelayanan yang baik kepada konsumen adalah sebagai berikut:

- 1) Tersedianya sarana prasarana yang baik

Salah satu hal yang penting dalam melayani konsumen adalah dengan menyediakan fasilitas atau sarana prasarana yang baik dan cukup.

- 2) Tersedianya karyawan yang baik

Salah satu pelayanan yang diberikan karyawan untuk konsumen adalah melayani dengan baik seperti selalu bersikap sopan santun, ramah. Tapi disamping itu karyawan haruslah pandai berbicara, dan selalu tanggap terhadap apa yang dibutuhkan oleh konsumen.

- 3) Dapat bertanggung jawab kepada konsumen

Dalam melayani konsumen, karyawan sebaiknya dapat melayani konsumen dengan baik dari awal hingga akhir.

- 4) Mampu melayani secara tepat dan cepat

Pelayanan yang baik haruslah sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen dan tidak membuat kesalahan yang dapat membuat

konsumen merasa kecewa terhadap pelayanan yang diberikan. Dalam melayani konsumen diharapkan sesuai dengan *Standart operating procedur* yang ada dalam perusahaan.

5) Mampu berkomunikasi dengan baik

Dalam melayani konsumen, karyawan harus mampu berbicara dengan baik yang mampu dimengerti oleh konsumen serta mampu memahami apa yang dibutuhkan oleh konsumen.

6) Berusaha memahami kebutuhan konsumen

Karyawan saat melayani konsumen harus mengerti apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen.

3. Pelayanan Islami

a. Teori pelayanan Islam

Menurut ensiklopedi Islam, pelayanan Islami adalah suatu keharusan yang pengoperasiannya sesuai dengan prinsip syariah. Agar suatu pelayanan yang ada di perusahaan jasa harus lebih terarah maka semua pihak harus mempunyai pedoman dan prinsip-prinsip yang dituangkan dalam ajaran Islam. Dimana Islam menekankan keabsahan suatu pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen yang merasakan kepuasan secara maksimum.

Menurut Fadla Islam menekankan keabsahan suatu pelayanan yang mempunyai niat yang baik. Adapun pelayanan yang mempunyai niat yang baik menurut Islam yaitu:

- 1) Pelayanan yang diberikan sesuai harapan konsumen dengan kepuasan secara maksimum.
- 2) Terjadinya suatu kesulitan dalam memberikan pelayanan, tetapi konsumen tidak mengetahuinya.
- 3) Terjadinya kesalahan pemberian pelayanan, pelanggan mengelak merasa tidak puas terhadap hasil kerja pelaksana petugas pelayanan.

Baik Al-Qur'an maupun hadist memberikan pedoman tertentu dalam masalah tata krama untuk kebaikan perilaku dalam masalah bisnis. Seorang pelaku bisnis muslim diharuskan untuk berperilaku bisnis sesuai yang dianjurkan oleh Al-Qur'an dan sunnah. Sopan santun dan ramah tamah adalah fondasi dasar dan inti dari kebaikan tingkah laku, dan juga merupakan dasar-dasar jiwa melayani dalam bisnis. Sikap melayani adalah salah satu prinsip bisnis yang Islami, Rasulullah SAW mengatkan "*saidul kaunkhalimuhum*" (pengurus/pengusaha itu adalah pelayan bagi kosnumennya). Karena itu, sikap murah hati, ramah, sopan saat melayani haruslah menjadi bagian dari kepribadian semua karyawan yang bekerja.⁸

Seorang pengusaha harus mengikuti sifat-sifat Nabi Muhammad SAW dalam menjalankan bisnis Islam yang meliputi: *shiddiq, amanah, tabligh, fathonah*. Karena dari keempat sifat ini merupakan dasar dalam menjalankan bisnis yang Islami. Adapun sifat-sifat Rasulullah dalam menjalankan bisnis adalah sebagai berikut:

⁸ Nurhadi, "Konsep Pelayanan Perspektif Ekonomi Syariah", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 2, No. 2, Tahun 2020.

1) *Shiddiq*

Arti dari sifat *shiddiq* adalah benar. Tidak hanya harus jujur dalam ucapan atau perkataan melainkan saat menjalankan bisnis yang Islami harus benar-benar jujur dalam perbuatan juga.

2) *Amanah*

Arti dari sifat *amanah* adalah dapat dipercaya. Maksud dari *amanah* dalam dunia bisnis adalah untuk mendapatkan kepercayaan dari seseorang, pelaku usaha harus bertanggung jawab serta memenuhi sesuatu dengan kesepakatan yang telah di sepakati dengan tidak mengecewakan salah satu pihak antara pelaku usaha dengan konsumen.

3) *Tabligh*

Arti dari *tabligh* adalah menyampaikan. Maksud dari *tabligh* adalah saat menjalankan bisnis syariah harus dilakukan dengan kondisi komoditas yang akan dijual, tanpa menyembunyikan kualitas barang, dan dikomunikasikan dengan bahasa yang baik dan benar serta dapat dipahami oleh semua orang.

4) *Fathonah*

Arti dari *fathonah* adalah cerdas. Dalam mengelola bisnis yang Islami harus dilakukan secara cerdas dalam kondisi apapun dan kapanpun, baik dalam berhadapan dengan konsumen, cerdas dalam mempromosikan barang yang mereka jual, cerdas dalam

melihat pangsa pasar, serta harus cerdas dalam membaca kondisi, dan bisa membaca karakter setiap konsumen.

b. Indikator kualitas pelayanan Islami

Lovelock mengatakan bahwa suatu produk bila dipadukan dengan pelayanan maka akan menghasilkan suatu hal yang dapat memberikan manfaat yang banyak.⁹ Terkait dengan kualitas pelayanan Islami, Allah berfirman dalam Al-Quran surah Al-Baqarah (2) ayat 267:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ^ق وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ^ق وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ¹⁰

“Wahai orang-orang yang beriman, infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untukmu. Janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu infakkan, padahal kamu tidak mau mengambilnya, kecuali dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Ketahuilah bahwa Allah Maha kaya lagi Maha Terpuji.”

Ayat tersebut menegaskan bahwa Islam sangat memerhatikan sebuah pelayanan yang berkualitas, memberikan yang baik dan bukan yang buruk. Pelayanan yang berkualitas bukan hanya mengantar atau melayani saja melainkan juga dapat mengerti, memahami, dan tentunya

⁹ Sofiatul Chasanah, “Analisa Etika Bisnis Islam Terhadap Pelayanan Pelanggan Di Rumah Makan Joglo Manis Ponorogo” (Skripsi- Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo, 2017), 36.

¹⁰ Al-Qur’an 2:267

dapat merasakan.¹¹ Terdapat lima elemen kunci yang sebaiknya diperhatikan dan tentunya digunakan dalam proses memberikan kualitas pelayanan Islami kepada konsumen yaitu sebagai berikut:¹²

1) *Responsiveness* (ketanggapan)

Yaitu kemauan untuk membantu dengan memberikan pelayanan yang cepat, tepat dalam membantu kesulitan yang di hadapi konsumen serta mampu menyelesaikan keluhan konsumen dengan tepat sesuai kebutuhan mereka.¹³

Daya tanggap merupakan bagian dari profesionalitas, maksud dari profesionalitas sendiri adalah agar perusahaan mampu untuk senantiasa berkomitmen dengan memberikan pelayanan yang terbaik kepada setiap konsumen, dan selalu bersungguh-sungguh dalam memberikan pelayanan kepada setiap konsumen. Allah SWT berfirman pada Al-Qur'an surah Al-Insyirah (94) ayat 7:

فَإِذَا فَرَغْتَ فَانصَبْ¹⁴

“Apabila engkau telah selesai (dengan suatu kebajikan), teruslah bekerja keras (untuk kebajikan yang lain)”.

¹¹ Veni Yulianti, “Analisis Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus: Koperasi KSU GAPOKTAN ALBASIKO II Jorong Bangun Rejo Kecamatan Kinali Kabupaten Pasaman Barat)”, (*Skripsi*- IAIN BUKITTINGGI, 2020).

¹² Sunardi, “Kualitas Pelayanan dalam Islam dan Kepercayaan terhadap Lembaga Amil Zakat Infaq Sedekah Rumah Yatim Arrohman Indonesia”, *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Vol. 4, No. 3, 2018.

¹³ Kholifatun Nisa, Analisis Pelayanan Islami dan kepercayaan Nasabah pada Loyalitas Nasabah di BRI Syariah KC Semarang, (*Skripsi*- Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2019).

¹⁴ Al-Qur'an 94:7

Dalam Tafsir Ibnu Katsir dijelaskan “Maka apabila kamu telah selesai dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain”. Maksudnya adalah jika engkau telah selesai mengurus berbagai kepentingan dunia dan semua kesibukannya, maka bersungguh-sungguhlah untuk menjalankan ibadah serta melangkahlah kepadanya dengan penuh semangat, dengan hati yang kosong lagi tulus, serta niat karena Allah SWT.

Dalam pelaksanaan suatu pekerjaan, seorang dapat dikatakan profesional apabila dirinya bekerja sesuai dengan keahlian atau kemampuannya. Pekerjaan akan dapat dilakukan dan diselesaikan dengan baik secara cepat dan tepat apabila dilakukan oleh orang yang memiliki kemampuan sesuai dengan bidang pekerjaannya. Kepercayaan yang diberikan perusahaan merupakan amanat yang harus dijaga, apabila amanah itu di sia-sia kan akan berdampak pada ketidak berhasilan dan kehancuran suatu perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Untuk itu kepercayaan konsumen sebagai suatu amanat dan hendaknya tidak untuk di sia-sia kan dengan memberikan pelayanan secara profesional melalui karyawan yang bekerja sesuai dengan SOP dan mengerjakannya secara tepat dan cepat.

2) *Assurance* (jaminan)

Jaminan mencerminkan untuk memberikan sesuatu yang dapat dipastikan atau terjamin. Dalam perusahaan seperti menumbuhkan

rasa percaya dari konsumen terhadap perusahaan seperti menjamin keamanan kualitas produk yang dijual.¹⁵

Assurance ini akan meningkatkan kepercayaan konsumen apabila pelayanan yang diberikan dapat memberikan rasa aman, nyaman, bebas dari risiko atau bahaya, sehingga dapat membuat konsumen merasakan kepuasan dan akan loyal terhadap perusahaan tersebut. Baik buruknya pelayanan yang diberikan suatu perusahaan akan menentukan berhasil tidaknya perusahaan tersebut dalam memberikan jasa layanan kepada konsumennya. Dengan memberikan rasa aman dan juga nyaman kepada konsumen akan berdampak pada kesuksesan perusahaan tersebut.

3) *Tangibel* (bentuk fisik)

Yang dimaksud dengan bukti fisik adalah kemampuan dalam memberikan penampilan atau keadaan sarana dan prasarana fisik yang memadai dan keadaan lingkungan sekelilingnya, kondisi gedung yang bersih, memberikan rasa aman dan nyaman.¹⁶ Ketidakmampuan perusahaan menampilkan bukti fisik dengan baik akan melemahkan citra serta dapat menciptakan persepsi negatif pada pelanggan.

Profesionalitas sebuah perusahaan dapat dilihat dari bukti fisik yang ditampilkan. Hal ini mengandung konsekuensi bahwa sebuah

¹⁵ Veni Yulianti, "Analisis Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus: Koperasi KSU GAPOKTAN ALBASIKO II Jorong Bangun Rejo Kecamatan Kinali Kabupaten Pasaman Barat)", (*Skripsi- IAIN BUKITTINGGI*, 2020).

¹⁶ Santi Ekawati, "Manajemen Pelayanan Islami Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen di Toko Alfa Barokah Kecamatan Gayam Kabupaten Sumenep" *Jurnal al-Idarah*, Vol. 2, No. 2, Agustus 2021.

perusahaan dapat dikatakan professional ketika perusahaan tersebut mampu menampilkan bukti fisik yang dapat di indra oleh konsumen. Oleh karena itu, setiap perusahaan harus mempunyai bentuk fisik bangunan dan peralatan yang dapat menunjang operasinya sedemikian rupa sehingga konsumen merasa nyaman dan memiliki kepercayaan terhadap perusahaan tersebut.

4) *Empathy* (empati)

Berkaitan dengan perhatian yang tulus dan kepedulian kepada konsumen dengan berupaya untuk selalu memahami keinginan konsumen. Strategi yang dapat dilakukan antara lain adalah dengan mendengarkan dengan seksama atas pesan yang disampaikan oleh konsumen, memberikan apa yang konsumen butuhkan seakan-akan menempatkan diri dalam posisi mereka.¹⁷

Kemauan untuk memberikan perhatian dan kepedulian kepada konsumen dapat dilakukan melalui berhubungan yang baik, berkomunikasi yang baik, agar dapat memahami terhadap kebutuhan dan keluhan konsumen. Perwujudan dari sikap empati ini akan membuat konsumen merasa kebutuhannya terpuaskan karena dirinya dilayani dengan baik. Sikap empati karyawan ini ditunjukkan melalui pemberian layanan informasi dan keluhan konsumen, membantu konsumen yang mengalami kesulitan. Kesiediaan memberikan perhatian dan membantu akan meningkatkan persepsi dan sikap positif

¹⁷ Rafidah, "Kualitas Pelayanan Islami Pada Perbankan Syariah", *Jurnal Nalar Fiqh*, Vol. 10, No. 2, 2018.

konsumen terhadap suatu perusahaan. Hal ini yang akan mendatangkan kesuksesan, kepuasan, dan meningkatkan kepercayaan konsumen.

5) *Reliabilitas* (keandalan)

Merupakan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan apa yang telah dijanjikan secara akurat, mampu menyampaikan informasi dengan jelas dan tepat sehingga dapat membantu konsumen untuk memenuhi kebutuhan mereka.¹⁸

Pelayanan dapat dikatakan *reliabel* apabila dalam pelayanan tersebut telah mencapai keakuratan. Keakuratan atau ketepatan inilah yang akan menumbuhkan kepercayaan setiap konsumen terhadap perusahaan tersebut. Dengan konsumen memiliki rasa kepercayaan kepada suatu pelayanan yang diberikan perusahaan maka akan membuat keyakinan suatu konsumen bertambah terhadap perusahaan tersebut.

Tetapi keandalan juga harus dibarengi dengan sikap sopan dan ramah sehingga dapat menjadikan keselarasan dalam setiap pelayanan yang diberikan. Apabila pemberi layanan menunjukkan sikap respek, sopan santun akan meningkatkan persepsi positif dan nilai bagi konsumen terhadap perusahaan tersebut. Berkenaan dengan hal itu, Al-Qur'an menjelaskan dalam surah Ali-Imran (3) ayat 159 :

¹⁸ Supian Sauri, "Analisis Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan dan Kepercayaan Anggota di Pusat Koperasi Syariah Al-Kamil Jawa Timur" (*Skripsi*- Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2019).

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ
 وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ¹⁹

“Maka, berkat rahmat Allah engkau (Nabi Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Seandainya engkau bersikap keras dan berhati kasar, tentu mereka akan menjauh dari sekitarmu. Oleh karena itu, maafkanlah mereka, mohonkan ampun untuk mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam segala urusan. Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah mencintai orang-orang yang bertawakal”.

Pengetahuan dan kemahiran menjelaskan dengan tepat atas suatu produk yang ditanyakan oleh konsumen dapat diperoleh dari sebuah proses belajar yang tekun dan bersungguh-sungguh. Islam memerintahkan agar setiap muslim senantiasa belajar dengan tekun dan terus meningkatkan kemampuan dirinya. Peningkatan pengetahuan karyawan sangatlah penting bagi suatu perusahaan karena jika karyawan memiliki pengetahuan yang luas maka akan mampu berbicara lebih luas dan dapat menyampaikan lebih baik kepada konsumen. Tetapi harus juga dibarengi dengan sikap yang

¹⁹ Al-Qur'an 3:159

sopan santun dan ramah, karena dengan penyampaian yang baik dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap suatu perusahaan.²⁰

B. Kajian Pustaka

Penelitian ini tidak muncul tanpa adanya penelitian terdahulu. Baik dari skripsi, tesis, jurnal. Ada beberapa macam-macam penelitian terdahulu dalam penelitian ini yaitu:

1. Supian Sauri, “Analisis Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan dan Kepercayaan Anggota di Pusat Koperasi Syariah Al-Kamil Jawa Timur”. Dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah telah menunjukkan bahwa koperasi Al-Kamil Jawa Timur dalam memberikan pelayanan yang Islami kepada anggota sudah diterapkan dengan baik dengan selalu memberikan pelayanan yang ramah, sopan santun, toleran, sehingga anggota merasa puas dan tenang saat melakukan transaksi dan senang menjadi anggota koperasi Al-Kamil. Dengan anggota merasa puas dan senang akan meningkatkan rasa kepercayaan terhadap pelayanan yang diberikan oleh koperasi Al-Kamil Jawa Timur.²¹
2. Pelpi Hastuti, “Anlisis Kualitas Pelayanan Islami Pada Swalayan Ar-Ridho Kawasan Sukajadi Kota Pekanbaru”. Penelitian ini menggunakan metode

²⁰ Supian Sauri, “Analisis Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan dan Kepercayaan Anggota di Pusat Koperasi Syariah Al-Kamil Jawa Timur” (*Skripsi*- Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2019).

²¹ Supian Sauri, “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan Dan Kepercayaan Anggota Di Pusat Koperasi Syariah Alkamil Jawa Timur” (Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2017).

kualitatif deskriptif yang mana penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa penerapan pelayanan Islami pada swalayan Ar-Ridho kawasan Pekanbaru yang ditentukan oleh lima indikator pelayanan Islami yaitu: Daya tanggap, jaminan, empati, keandalan, dan juga bukti fisik dapat dikatakan kurang baik karena memang masih ada beberapa faktor yang belum mencerminkan pada pelayanan Islami yaitu masih kurang tanggapnya karyawan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen, kurang ramahnya karyawan saat melayani konsumen, serta kurang pedulinya karyawan saat melayani konsumen. Tetapi untuk bukti fisik sudah mencerminkan pada kualitas pelayanan yang Islami karena memang dalam swalayan tersebut sangat menjaga kebersihan dan juga kerapian serta terdapat tempat ibadah yang nyaman untuk siapa saja.²²

3. Santi Ekawati, “Manajemen Pelayanan Islami Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen di Toko Alfa Barokah Kecamatan Gayam Kabupaten Sumenep” Dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa manajemen pelayanan Islami dalam meningkatkan kepuasan konsumen di toko Alfa Barokah memiliki beberapa hal yang sesuai dengan yang diajarkan oleh Islam dalam hal berbisnis, antara lain yaitu sudah

²² Pelpi Hastuti, “Analisis Kualitas Pelayanan Islami Pada Swalayan Ar Ridho Kawasan Sukajadi Kota Pekanbaru” (universitas islam riau, 2019).

menerapkan 3S (Senyum, Salam, Sapa) terhadap konsumen, menjaga penampilan dan berpakaian yang rapi dalam melayani konsumen, memiliki karyawan yang baik dan sopan, serta menyediakan sarana dan prasarana untuk para konsumennya. Tetapi memang masih ada beberapa faktor yang menjadi penghambat dari toko Alfa Barokah yaitu ketika mengurangnya stok barang akibat cuaca buruk yang tak bisa memesan barang ke distributor, karena letak toko yang menyebrangi lautan ketika pengiriman barang dari distributor menunggu cuaca baik. Hal inilah yang berpengaruh pada kepuasan konsumen. Untuk faktor pendukung pada toko Alfa Barokah antara lain adalah kepatuhan yang dimiliki karyawan toko seperti karyawan yang mematuhi peraturan untuk selalu disiplin datang tepat waktu. Keandalan yang dimiliki karyawan toko adalah bekerja sesuai dengan kemampuan yang mereka miliki. Empati dalam melayani konsumen, ketika ada konsumen yang bingung mencari barang maka karyawan toko akan dengan sabar membantu konsumen dengan mencari barang yang mereka butuhkan.²³

4. Veni Yulianti, “Analisis Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus: Koperasi KSU GAPOKTAN ALBASIKO II Jorong Bangun Rejo Kecamatan Kinali Kabupaten Pasaman Barat)”. Dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa penerapan

²³ Santi Ekawati, “Manajemen Pelayanan Islami Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen di Toko Alfa Barokah Kecamatan Gayam Kabupaten Sumenep,” *jurnal Al Idarah* 2, no. 2 (2021): 127–143.

pelayanan Islami pada Koperasi KSU GAPOKTAN ALBASIKO II Jorong Bangun Rejo Kecamatan Kinali Kabupaten Pasaman Barat sudah diterapkan dengan baik seperti dari indikator pelayanan Islami *tangible* yaitu sudah menyediakan sarana prasarana yang mendukung kegiatan transaksi anggota, kemudian dari indikator daya tanggap juga sudah mencerminkan pada pelayanan Islami yaitu dengan selalu membantu anggota dalam melakukan segala bentuk aktivitas yang tidak mereka ketahui, kemudian dari indikator jaminan yang diterapkan oleh Koperasi KSU GAPOKTAN ALBASIKO II Jorong Bangun Rejo Kecamatan Kinali Kabupaten Pasaman Barat yaitu dengan menjamin karyawannya selalu melayani dengan sikap sopan santu dan ramah tamah kepada semua anggota.²⁴

5. Nur Muhammad, “Pengaruh kualitas Layanan Islami Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan di Toko Basmalah Kabupaten Bondowoso”. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang mana penelitian ini menekankan analisis data bersifat statistic dengan menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Sumber data pada penelitian ini diperoleh dari jawaban angket yang diberikan kepada pelanggan toko Basmalah Kabupaten Bondowoso. Pengolahan pada penelitian ini menggunakan program komputer SPSS. Analisis data pada penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji t, uji r, dan analisis regresi linear sederhana. Hasil pada penelitian ini menjelaskan bahwa kualitas pelayanan

²⁴Veni Yulianti, “Analisis Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus: Koperasi KSU GAPOKTAN ALBASIKO II Jorong Bangun Rejo Kecamatan Kinali Kabupaten Pasaman Barat)”, (*Skripsi*- IAIN BUKITTINGGI, 2020).

Islami berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan adalah diterima. Secara teoritis bahwa kualitas layanan Islami dengan beberapa indikatornya yaitu empati, bukti fisik, keandalan, daya tanggap, dan jaminan memiliki peran penting dalam mengembangkan perusahaan terutama dalam menciptakan kepuasan dan loyalitas konsumen tanpa adanya bantuan variable lain untuk menciptakannya.²⁵

Tabel 1.2 Perbedaan penelitian dengan penelitian sebelumnya

No	Nama Peneliti, Judul, dan tahun penelitian	Persamaan	Perbedaan	Orisinalitas Penelitian
1	Supian Sauri, “Analisis Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan dan Kepercayaan Anggota di Pusat Koperasi Syariah Al-Kamil Jawa Timur”, Skripsi tahun 2019).	Sama-sama meneliti tentang analisis pelayanan Islami	Perbedaannya terletak pada fokus penelitiannya dimana pada penelitian ini berfokus pada kepuasan dan kepercayaan anggota. Dan juga terdapat perbedaan pada objek penelitian yang mana berada di Kota Medan.	Substansi dalam penelitian ini mendeskripsikan tentang analisis pelayanan Asfa Mart ditinjau dari perspektif pelayanan Islami dengan menggunakan penelitian kualitatif deskriptif analitis.
2	Pelpi Hastuti, “Analisis Kualitas pelayanan Islami Pada Swalayan Ar-Ridho Kawasan Sukajadi Kota	Sama-sama meneliti tentang analisis pelayanan Islami	Perbedaannya yaitu terletak pada objek penelitiannya dimana pada penelitian ini bertempat di swalayan Ar-Ridho Kawasan	Substansi dalam penelitian ini mendeskripsikan tentang analisis pelayanan Asfa Mart ditinjau dari perspektif pelayanan Islami dengan

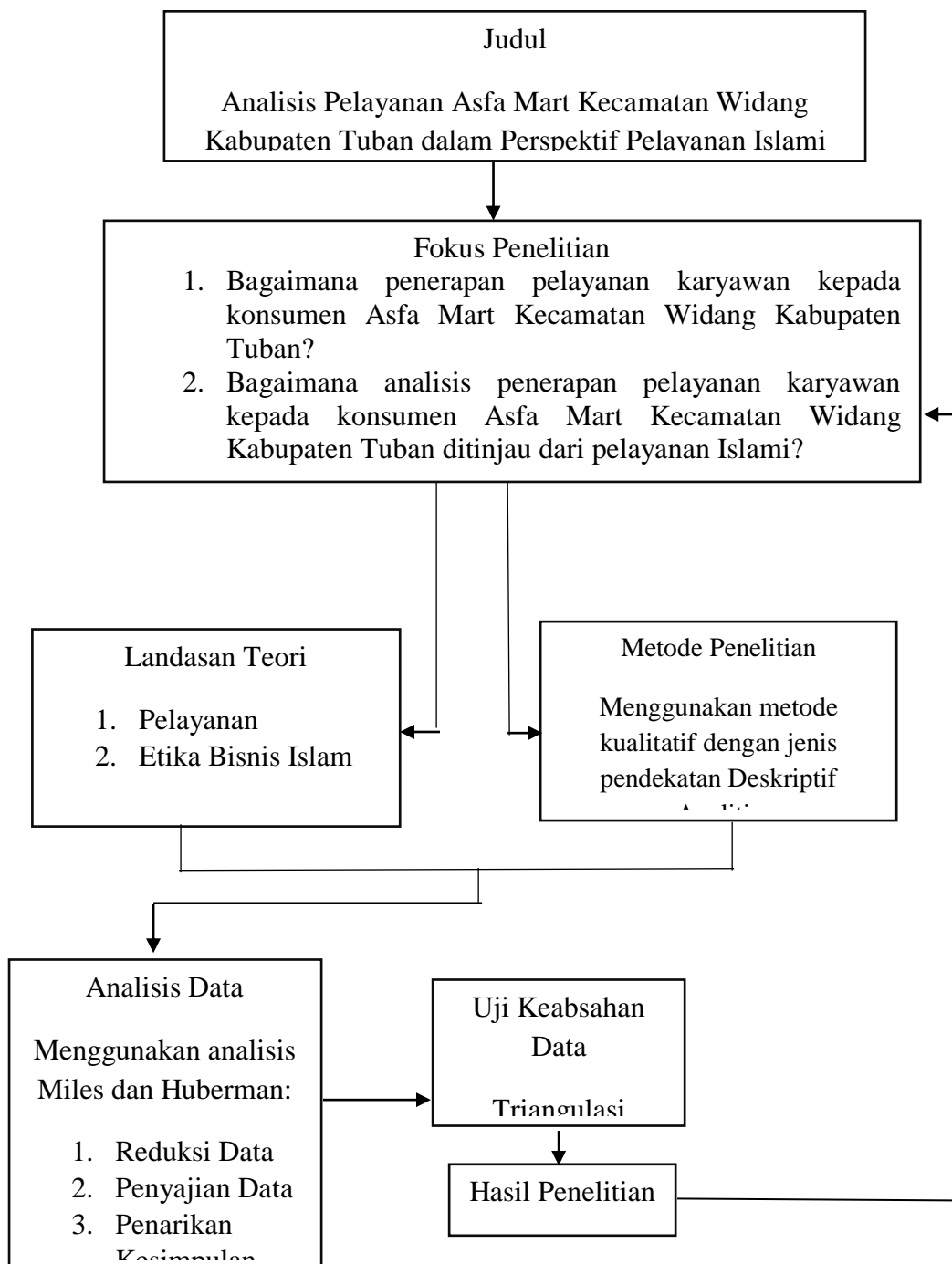
²⁵ Nur Muhammad, “Pengaruh kualitas Layanan Islami Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan di Toko Basmalah Kabupaten Bondowoso”. (Tesis- IAIN Jember, 2020).

	Pekanbaru”, Skripsi tahun 2019).		Sukajadi Kota Pekanbaru. Dan juga terfokus pada manajemen pelayanannya.	menggunakan penelitian kualitatif deskriptif analitis.
3	Santi Ekawati, “Manajemen Pelayanan Islami Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen di Toko Alfa Barokah Kecamatan Gayam Kabupaten Sumenep” <i>Jurnal al-Idarah</i> , tahun 2021.	Sama-sama meneliti tentang pelayanan Islami	Perbedaannya terletak pada fokus penelitiannya, dimana pada penelitian ini berfokus pada meningkatkan kepuasan konsumen. Kemudian untuk perbedaannya juga terletak pada objek penelitian yang ada di Toko Alfa Barokah Kecamatan Gayam Kabupaten Sumenep.	Substansi dalam penelitian ini mendeskripsikan tentang analisis pelayanan Asfa Mart ditinjau dari perspektif pelayanan Islami dengan menggunakan penelitian kualitatif deskriptif analitis
4	Veni Yulianti, “Analisis Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus: Koperasi KSU GAPOKTAN ALBASIKO II, Pasaman Barat)”, Skripsi, tahun 2020.	Sama-sama meneliti tentang pelayanan Islami	Perbedaannya terletak pada fokus penelitian dimana dalam penelitian ini berfokus pada loyalitas konsumen. Kemudian perbedaannya juga terletak pada objek penelitian dimana berada di Koperasi KSU GAPOKTAN ALBASIKO II, Pasaman Barat.	Substansi dalam penelitian ini mendeskripsikan tentang analisis pelayanan Asfa Mart ditinjau dari perspektif pelayanan Islami dengan menggunakan penelitian kualitatif deskriptif analitis
5	Nur Muhammad, “Pengaruh kualitas Pelayanan	Sama-sama meneliti tentang pelayanan Islami	Perbedaannya terletak pada fokus penelitian, dimana dalam penelitian ini	Substansi dalam penelitian ini mendeskripsikan tentang analisis pelayanan Asfa

	Islami Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan di Toko Basmalah Kabupaten Bondowoso”, Tesis, tahun 2020)		berfokus pada kepuasan dan loyalitas pelanggan. Perbedaanya juga terletak pada objek penelitiannya yaitu berada di Toko Basmalah Kabupaten Bondowoso.	Mart ditinjau dari perspektif pelayanan Islami dengan menggunakan penelitian kualitatif deskriptif analitis
--	--	--	---	---

C. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual