

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Dalam persaingan bisnis di Indonesia saat ini sangat diperbincangkan, maka perlu adanya kualitas pelayanan yang baik dalam penerapannya. Belakangan ini sudah banyak masyarakat Indonesia yang mulai pelan-pelan merintis usaha. Dari sekian banyak orang yang berwirausaha, masih ada pula yang menerka-nerka seperti apa bisnis yang harus ia bangun, dan seperti apa usaha yang menjanjikan di Indonesia saat ini. Seperti halnya di PT. Daqu Bisnis Nusantara (DBN) dimana usaha tersebut sangat memperhatikan kualitas pelayanan dalam penerapannya, dengan tujuan untuk mendapatkan profit dan mencapai ridho Allah SWT.

Dalam menekuni bisnis pada era kompetisi ini, ada beberapa variabel yang perlu diperhatikan antara lain; pengendalian diri, pengembangan tanggung jawab sosial, mempertahankan jati diri, menciptakan persaingan yang sehat, mengimplementasikan konsep pembangunan yang berkelanjutan, mampu mengatakan yang benar itu adalah benar, mampu mengatakan salah apabila memang itu salah.

Menjaga kepuasan pelanggan juga merupakan salah satu cara dalam mempertahankan pangsa pasar yaitu dengan cara memberi beberapa promosi seperti diskon harga, promo beli satu gratis satu, hadiah, voucher belanja dan lain sebagainya untuk menarik hati pembeli. Namun faktanya banyak konsumen yang merasa dikecewakan, dan hal tersebut dapat berpengaruh pada ketidakpercayaan konsumen pada suatu pelayanan dari seorang pedagang. Maka dari itu diperlukan

etika bisnis Islam yang baik dalam diri pedagang. Etika merupakan kebiasaan perilaku manusia dalam melakukan kegiatan yang dapat memunculkan sifat baik atau buruk. Sedangkan bisnis adalah suatu kegiatan usaha menjual barang dan jasa ke konsumen untuk memenuhi kebutuhan (Juliyani, 2016)

Islam telah menggambarkan bahwa seseorang yang mencapai kesuksesan adalah orang-orang yang mengarah pada tindakan kebaikan, mendorong kepada yang benar dan melarang kepada yang salah, baik dalam segala bidang kehidupan, tak terkecuali perekonomian (Maharani, 2017). Menurut Zahroh (2015) berbisnis yang dikehendaki dalam ajaran Islam adalah kegiatan jual beli yang tidak hanya mencapai keuntungan duniawi semata, akan tetapi memperhatikan niat untuk mendapat ridho Allah SWT dan menolong sesama sebagai bentuk nilai akhlakul karimah yang ada dalam ajaran Islam. Dalam pemikiran ekonomi Islam, para ulama telah memberikan prinsip serta etika dalam berbisnis menurut ajaran Islam. Etika bisnis Islam tersebut lebih banyak didasarkan pada Alqur'an. Padahal kajian mengenai etika dalam berbisnis tidak hanya berasal dari Al-qur'an, kita dapat mencontoh cara berbisnis Nabi Muhammad yang sejak dulu sudah dikenal sebagai pelaku bisnis yang sukses (Saifullah, 2011)

Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Pada umumnya pelayanan yang tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi, serta pembelian ulang yang lebih sering. Kualitas layanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima atau peroleh. Kualitas pelayanan merupakan salah satu elemen

penting yang menjadi pertimbangan bagi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk. Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Kualitas pelayanan merupakan suatu ukuran untuk menilai bahwa suatu barang atau jasa telah mempunyai nilai guna seperti yang dikendaki atau dengan kata lain suatu barang atau jasa dianggap telah memiliki mutu apabila berfungsi atau mempunyai nilai guna seperti yang diinginkan. Jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu penyajian produk atau jasa yang sesuai dengan standar perusahaan dan diupayakan dalam penyampaian produk dan jasa tersebut sama dengan apa yang diharapkan pelanggan atau melebihi harapannya.

Kualitas pelayanan dalam islam dilakukan tidak hanya bertujuan untuk mempertahankan konsumen dan meningkatkan jumlahlah konsumen, namun dalam islam memberikan pelayanan yang baik kepada orang lain memang telah diperintahkan Allah SWT dalam Surah Luqman ayat 18-19.

وَلَا تُصَعِّرْ خَدَّكَ لِلنَّاسِ وَلَا تَمْشِ فِي الْأَرْضِ مَرَحًا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ كُلَّ مُخْتَالٍ فَخُورٍ  
وَأَقْصِدْ فِي مَشْيِكَ وَاغْضُضْ مِنْ صَوْتِكَ إِنَّ أَنْكَرَ الْأَصْوَاتِ لَصَوْتُ الْحَمِيرِ

Artinya : *“Dan janganlah kamu memalingkan mukamu dari manusia (karena sombong) dan janganlah kamu berjalan dimuka bumi dengan angkuh. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang sombong lagi memanggakan diri. Dan sederhanalah kamu dalam berjalan dan lunakkanlah suaramu. Sesungguhnya seburuk-buruk itukah suara keledai.”*

Pelayanan berkualitas tinggi membantu untuk menghasilkan kepuasan konsumen, loyalitas konsumen, dan pertumbuhan pangsa pasar yang baru, dan meningkatkan produktivitas dan kinerja keuangan. Pada hakikatnya manusia adalah

mahluk sosial, saling membutuhkan antara manusia satu dengan yang lainnya.

Dimana Allah SWT berfirman dalam Surah Ali- Imran (3) ayat 159.

فِيمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ إِنَّكَ لَأَنْفَضُوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ  
وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya : *“Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu, karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertaqwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakal kepadanya.”*

Berdasarkan ayat diatas, dijelaskan bahwa setiap manusia berbuat lemah lembut agar orang lain merasakan kenyamanan bila berada disampingnya. Apalagi dalam hal pelayanan, dimana konsumen menang dalam menentukan pilihannya, apabila perusahaan tidak mampu memberikan kepuasan maka konsumen akan sesuka hati berpindah keperusahaan lain yang lebih mampu memenuhi keinginannya. Meskipun pada umumnya mempertahankan konsumen lama lebih sulit dari pada mendapatkan nasabah baru. Dengan menjaga kualitas layanan dengan konsumen, maka konsumen akan merasa puas dan konsisten dengan pengalamannya dengan menggunakan produk yang disediakan oleh perusahaan.

Tetapi dengan seiring berjalannya waktu, fakta dilapangan menunjukkan bahwa masih adanya keluhan-keluhan mengenai pelayanan yang kurang memuaskan dari lembaga koperasi syariah. Hal ini menyebabkan berkurangnya kepercayaan dari konsumen atau calon konsumen. Selain itu, dalam hal informasi kondisi dan pembiayaan, masih kurangnya keterbukaan akses informasi ketika menyimpan atau mengajukan pembiayaan. Informasi kondisi keuangan yang

belum transparan, faktanya dilapangan masih banyak koperasi yang belum membuka akses kondisi keuangan mereka kepada public. Sistem informasi dan teknologi yang masih lemah menjadi kritikan yang tidak akan ada habisnya. Kurangnya peralatan yang memadai dan menunjang dalam melayani konsumen. Banyak koperasi syariah yang akhirnya bubar disebabkan oleh adanya manajemen yang kurang profesional, kurangnya sosialisasi pada masyarakat, dan tidak mampu menarik kepercayaan masyarakat dan berakibat buruknya citra koperasi syariah ditengah-tengah masyarakat. Kondisi koperasi syariah dengan produk yang sedikit dan relatif tetap, strategi pemasaran yang masih bersifat lokal, serta dipromosikan yang masih kurang gencar serta persaingan yang cukup ketat menyebabkan koperasi syariah kurang dikenal oleh masyarakat secara umum. Hal ini menjadi fenomena yang menarik untuk mengetahui tingkat kualitas pelayanan yang akanmendatangkan tingkat kepuasan dan pada akhirnya berdampak pada kelayaitasan konsumennya

Islam sebagai agama dengan sistem komprehensif yang mengatur tata nilai, norma, perilaku, dan etika manusia untuk berinteraksi dengan yang lainnya. Islam mengkombinasikan nilai-nilai spiritual dan material dalam kesatuan yang seimbang dengan tujuan menjadikan manusia hidup bahagia di dunia dan di akhirat.

Pelayanan dapat dilakukan kepada sesama demi memenuhi kebutuhan mereka. Baik dalam pertolongan, materi, berbagi ilmu, serta bahu membahu mengerjakan sesuatu, memberikan nasehat dan masih banyak lagi hal yang lainnya. Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT yang berbunyi :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَجْلُوا شَعَابِرَ اللَّهِ وَلَا الشَّهْرَ الْحَرَامَ وَلَا الْهَدْيَ وَلَا الْقَلَائِدَ وَلَا أَمِينَ الْبَيْتِ الْحَرَامِ يَنْتَعُونَ  
فَضْلًا مِّن رَّبِّهِمْ وَرِضْوَانًا وَإِذَا حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَا نُ قَوْمٍ أَن صَدُّوكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ أَن  
تَعْتَدُوا وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Artinya: *Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu melanggar syiar-syiar kesucian Allah, dan jangan (melanggar kehormatan) bulan-bulan haram, jangan (mengganggu) hadyu (hewan-hewan kurban) dan qala'id (hewan-hewan kurban yang diberi tanda), dan jangan (pula) mengganggu orang-orang yang mengunjungi Baitulharam; mereka mencari karunia dan keridaan Tuhannya. Tetapi apabila kamu telah menyelesaikan ihram, maka bolehlah kamu berburu. Jangan sampai kebencian(mu) kepada suatu kaum karena mereka menghalang-halangi kamu dari Masjidilharam, mendorongmu berbuat melampaui batas (kepada mereka). Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan. Bertakwalah kepada Allah, sungguh, Allah sangat berat siksaan-Nya.*

Kualitas yang diberikan tentunya tidak hanya bertujuan memberikan kepuasan semata. Bagi seorang muslim dalam memberikan pelayanan haruslah berdasarkan pada nilai-nilai syariah guna mewujudkan nilai ketaqwaan serta memberikan nilai ketaqwaan sekaligus memberikan bukti yang konsisten terhadap keimanan dalam menjalankan misi syariat Islam. Hal tersebut tidak hanya pada komitmen materi semata melainkan sebagai bagian dari nilai ibadah. Dalam pandangan Islam yang dijadikan tolok ukur untuk menilai kualitas pelayanan terhadap konsumen yakni dengan standarisasi syariah dimana Islam mengisyaratkan kepada manusia agar selalu terikat dengan hukum syara' dalam menjalankan setiap aktivitas maupun dalam memecahkan setiap permasalahan. Islam tidak mengenal kebebasan berakidah dan kebebasan dalam beribadah. Apabila seseorang memeluk agama Islam maka wajib baginya untuk terikat

dengan seluruh syariah islam dan diwajibkan untuk menyembah Allah SWT sesuai dengan ketetapan yang telah ditetapkan. (Hendra, 2021)

Tetapi dengan seiring berjalannya waktu, fakta dilapangan menunjukkan bahwa masih adanya keluhan-keluhan mengenai pelayanan yang kurang memuaskan dari lembaga koperasi syariah. Hal ini menyebabkan berkurangnya kepercayaan dari konsumen atau calon konsumen. Selain itu, dalam hal informasi kondisi dan pembiayaan, masih kurangnya keterbukaan akses informasi ketika menyimpan atau mengajukan pembiayaan. Informasi kondisi keuangan yang belum transparan, faktanya dilapangan masih banyak koperasi yang belum membuka akses kondisi keuangan mereka kepada public. Sistem informasi dan teknologi yang masih lemah menjadi kritikan yang tidak akan ada habisnya. Kurangnya peralatan yang memadai dan menunjang dalam melayani konsumen. Banyak koperasi syariah yang akhirnya bubar disebabkan oleh adanya manajemen yang kurang profesional, kurangnya sosialisasi pada masyarakat, dan tidak mampu menarik kepercayaan masyarakat dan berakibat buruknya citra koperasi syariah ditengah-tengah masyarakat. Kondisi koperasi syariah dengan produk yang sedikit dan relatif tetap, strategi pemasaran yang masih bersifat lokal, serta dipromosikan yang masih kurang gencar serta persaingan yang cukup ketat menyebabkan koperasi syariah kurang dikenal oleh masyarakat secara umum. Hal ini menjadi fenomena yang menarik untuk mengetahui tingkat kualitas pelayanan yang akanmendatangkan tingkat kepuasan dan pada akhirnya berdampak pada kelayalitan konsumennya.

Tetapi dengan seiring berjalannya waktu, fakta dilapangan menunjukkan bahwa masih adanya keluhan-keluhan mengenai pelayanan yang kurang memuaskan dari lembaga koperasi syariah. Hal ini menyebabkan berkurangnya kepercayaan dari konsumen atau calon konsumen. Selain itu, dalam hal informasi kondisi dan pembiayaan, masih kurangnya keterbukaan akses informasi ketika menyimpan atau mengajukan pembiayaan. Informasi kondisi keuangan yang belum transparan, faktanya dilapangan masih banyak koperasi yang belum membuka akses kondisi keuangan mereka kepada public. Sistem informasi dan teknologi yang masih lemah menjadi kritikan yang tidak akan ada habisnya. Kurangnya peralatan yang memadai dan menunjang dalam melayani konsumen. Banyak koperasi syariah yang akhirnya bubar disebabkan oleh adanya manajemen yang kurang profesional, kurangnya sosialisasi pada masyarakat, dan tidak mampu menarik kepercayaan masyarakat dan berakibat buruknya citra koperasi syariah ditengah-tengah masyarakat. Kondisi koperasi syariah dengan produk yang sedikit dan relatif tetap, strategi pemasaran yang masih bersifat lokal, serta dipromosikan yang masih kurang gencar serta persaingan yang cukup ketat menyebabkan koperasi syariah kurang dikenal oleh masyarakat secara umum. Hal ini menjadi fenomena yang menarik untuk mengetahui tingkat kualitas pelayanan yang akanmendatangkan tingkat kepuasan dan pada akhirnya berdampak pada kelayalitan konsumennya.

Kemajuan sistem transportasi telah mendorong seseorang ke arah lifestyle yang telah ditandai oleh kebebasan untuk berpindah tempat, kelancaran dalam pertukaran barang dan jasa, serta besarnya tingkat ketenagakerjaan dan mobilitas



sosial yang tinggi. dalam lifestyle sekarang, sebagian besar masyarakat bergantung pada angkutan umum guna pemenuhan kebutuhan mobilitasnya, hal ini dikarenakan satu sisi sebagian besar masyarakat memiliki tingkat ekonomi yang masih tergolong lemah dan satu sisi tidak memiliki kendaraan pribadi. Jasa transportasi memiliki peranan yang sangat penting dalam kehidupan manusia, dimana transportasi digunakan setiap orang untuk dapat memperlancar aktivitasnya sehari-hari. Saat ini, usaha dalam bidang transportasi umum menjadi salah satu prospek usaha yang menguntungkan terutama pada kota-kota besar.

Konsep Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang dan jasa. Jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas kepada orang lain. Hal ini tampak dalam QS. Al-Baqarah/2: 267 yang menyatakan bahwa:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ ۖ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ  
وَلَسْتُمْ بِأَخْذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ ۗ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ عَزِيزٌ حَمِيدٌ

Terjemahannya: *Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, Padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji (Kementerian Agama RI, 2008: 45).*

Ayat ini menjelaskan kepada kita bahwa ada kewajiban untuk menafkahkan hasil dari usaha yang kita lakukan yaitu berupa nafkah yang baik dan bermanfaat yang dihasilkan dari kerja yang halal. Disamping itu, kita harus memilih harta atau hasil usaha yang baik agar berkah dan mendapatkan pahala

dari Allah Swt. Jika dikaitkan dengan pelayanan, maka driver harus bekerja dengan ikhlas dan sungguh-sungguh agar bisa memberikan hasil yang maksimal.

Membangun kepuasan pelanggan tidak dapat begitu saja diraih, tetapi memerlukan proses panjang, salah satunya melalui kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen guna meyakinkan konsumen untuk setia pada produk atau jasa yang kita tawarkan. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen. Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja hasil produk yang dipikirkan terhadap kinerja hasil yang diharapkan. Jika Kinerja berada di bawah harapan, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang. Dalam banyak hadis, Rasulullah saw menjelaskan tentang pentingnya persoalan ini, antara lain dalam hadis berikut:

عَنْ أَنَسِ بْنِ مَالِكٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ أَنَّهُ قَالَ قَالَ نَبِيُّ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنِ الْمُحَاقَلَةِ وَالْمُخَاضَرَةِ  
وَالْمَلَامَسَةِ وَالْمُنَابَذَةِ وَالْمُزَابَنَةِ - رواه البخارى

Artinya: *Dari Anas bin Malik r.a. ia berkata: Rasulullah saw melarang jual beli muhaqalah (yaitu; jual beli buah yang masih di atas pohonnya), dan muhadharah (jual beli buah yang belum matang/masih hijau dan belum jelas kualitasnya), jual beli raba (yaitu; jual beli dengan tidak mengetahui ukuran, jenis dan kualitas barang), jual beli lempar dan jual beli muzabanah". (HR. Al-Bukhari)*

Esensi yang terkandung dalam hadis tersebut terkait dengan berbagai bentuk usaha yang dijalankan secara tidak transparan dan penuh dengan ketidakpastian. Tentu saja praktek-praktek bisnis atau berusaha semacam itu tidak hanya terjadi pada kurun waktu tertentu saja, namun hal tersebut dapat ditemukan

di setiap kurun dan generasi. Yang termasuk dalam pelayanan dalam islam adalah dengan tidak menjual barang yang haram. Keharaman segala bentuk perjudian (*maisir*) ini banyak dijelaskan dalam ayat al-Qur'an maupun hadis Nabi SAW., antara lain:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَامُ رِجْسٌ مِّنْ عَمَلِ الشَّيْطَانِ فَاجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ.

– المائدة

Artinya: *"Hai orang-orang yang beriman, sesungguhnya minuman keras (khamar), berjudi (berkorban untuk) berhala, mengundi nasib dengan panah, adalah perbuatan keji termasuk perbuatan syaitan. Maka jauhilah perbuatan-perbuatan itu agar kamu mendapat keberuntungan".* (QS. al-Ma'idah: 90)

عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ عَمْرٍو أَنَّ نَبِيَّ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ نَهَى عَنِ الْخَمْرِ وَالْمَيْسِرِ وَالْكُوبَةِ وَالْغُبَيْرَاءِ – رواه

أحمد و أبو داود

Artinya: *"Dari Abdullah bin Amru, bahwasanya Nabi saw melarang (meminum) khamar, perjudian, menjual barang dengan alat dadu atau sejenisnya (jika gambar atau pilihannya keluar maka ia yang berhak membeli) dan minuman keras yang terbuat dari biji-bijian (biji gandum)."* (HR. Ahmad dan Abu Dawud)

Puas atau tidaknya pelanggan merupakan bagian dari pengalaman pelanggan terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan. Berdasarkan pengalaman yang telah diperoleh, pelanggan mempunyai kecenderungan untuk membangun nilai-nilai tertentu dan nilai tersebut akan memberikan dampak bagi pelanggan untuk melakukan perbandingan terhadap produk atau jasa yang pernah mereka rasakan. Yang artinya apabila sebuah perusahaan memberikan produk atau jasa yang memiliki kualitas yang baik maka diharapkan mampu memenuhi kebutuhan pelanggan dan pada akhirnya dapat memberikan nilai yang maksimal serta dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggan. Dalam pandangan Islam yang

menjadi tolok ukur untuk menilai kepuasan pelanggan yakni dengan standar syariah. Di mana dalam hal ini kepuasan pelanggan dalam pandangan syariah adalah dengan menerapkan pelayanan berdasarkan prinsip syariah terhadap produk atau jasa yang seharusnya sesuai dengan nilai-nilai syariah berdasarkan dengan kenyataan yang diterima. (Margaretha, 2019)

Akan tetapi usaha untuk memuaskan konsumen sangat tidak mudah, hal ini dikarenakan kegiatan pemasaran beroperasi pada persaingan situasi yang sangat ketat dan terus berkembang, yang secara langsung dapat mempengaruhi kehidupan dan tatanan ekonomi. Salah satu konsep pemasaran yang ditawarkan oleh kotler yakni dengan cara melakukan bauran pemasaran tetap yang terdiri dari produk, harga, pelayanan, dan promosi. (Philip, 2000)

Kepuasan pelanggan merupakan respons pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian. Faktor yang menentukan kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan mengenai penerapan etika bisnis yang berfokus pada tiga dimensi etika bisnis, yaitu: Kejujuran, Keadilan, dan Kebenaran. Konsumen dalam memilih suatu produk atau jasa tidak hanya bergantung pada kualitas pelayanan saja, tetapi juga bergantung pada nilai yang dirasakan oleh pelanggan, perusahaan harus menambahkan nilai yang dapat membuat pelanggan mendapatkan apa yang mereka bayar atau lebih dari yang mereka harapkan, sehingga pelanggan dapat bertahan. Ukuran nilai yang dilakukan adalah berinvestasi di tempat yang tepat. Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti

tertarik untuk melakukan penelitian tentang Pengaruh Penerapan Etika Bisnis terhadap Kepuasan Pelanggan.

Setiap perusahaan tentu ingin memberikan pelayanan terbaik untuk pelanggannya. Namun demikian, ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan itu sendiri. Apabila faktor-faktor tersebut dapat dipenuhi dengan baik, maka loyalitas pelanggan pun tercipta sehingga pendapatan bisnis pun meningkat. Bahkan di tengah persaingan bisnis yang kian ketat, perusahaan Anda tetap mampu bertahan dan unggul karena pelanggan merasa mendapatkan pelayanan yang diinginkan.

PT. Daqu Bisnis Nusantara (DBN) adalah perusahaan yang menyediakan kebutuhan sehari-hari mulai dari jasa dan juga berbagai produk kebutuhan sehari-hari. Barang yang dijual diantaranya bahan alat tulis, buku pelajaran, bacaan, Al-Quran dan kitab pesantren, alat sport, fashion, seragam sekolah, aksesoris, sepatu sandal, tas koper, alat listrik, dan alat rumah tangga.

Selain itu, PT. Daqu Bisnis Nusantara memiliki visi “Mewujudkan ekonomi protektif pesantren”. Dan memiliki misi “Memberikan pelayanan terpadu pesantren dan masyarakat umum. Menjadikan pelayanan unit usaha Daqu Bisnis Nusantara sebagai mercusuar ekonomi pesantren. Menjadikan rujukan produk unit usaha Daarul Qur’an di lokal maupun internasional”.

Dalam memberikan pelayanan kepada konsumen, karyawan harus bekerja secara profesional dan terampil. Disamping itu dalam memberikan sebuah pelayanan yang baik, para karyawan dituntut untuk selalu bersikap ramah dan

tersenyum. Dengan tersenyum (tabasum) ternyata akan melahirkan cinta, kasih sayang dan orang lain pun akan merasa lebih dihargai.

Salah satu usaha yang paling ditekankan untuk meningkatkan penjualan dengan memberikan pelayanan yang optimal kepada konsumen dengan bersikap sebaik mungkin dalam memberikan pelayanan supaya konsumen merasa nyaman dalam berbelanja. DBN merupakan perusahaan yang menggunakan konsep Islami, dan berusaha menerapkan hal tersebut.

Salah satu hal terpenting yang harus diingat oleh pelaku bisnis dan para karyawannya adalah pelayanan yang diberikan. Karena pelayanan yang baik akan membuat konsumen merasa puas dan tidak merasa dirugikan. Begitu pula dengan DBN ini, mereka selalu memberikan pelayanan terbaik untuk para konsumennya. DBN sebagai salah satu usaha yang berkonsep syariah, menekankan kepada karyawannya untuk selalu bersikap jujur. Jika ada hal-hal atau keadaan yang dianggap kurang atau mengganggu karyawannya, karyawannya boleh langsung menyampaikan keluhan kepada atasan begitu pula sebaliknya. Jadi, sikap jujur bukan hanya dimiliki oleh karyawan, tapi juga atasan. Agar terjadi hubungan komunikasi timbal balik yang efektif.

Berdasarkan uraian di atas, penulis ingin mencoba untuk mengkaji lebih dalam variabel – variabel pelayanan islam dan ingin mengetahui adakah pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen, yang selanjutnya akan penulis rangkum dengan judul: **“Pengaruh Penerapan pelayanan Islam Terhadap Kepuasan Konsumen Di Pt. Daqu Bisnis Nusantara”**

## **B. Rumusan Masalah**

Dari latar belakang yang dikemukakan di atas dapat diambil perumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh bukti fisik (*tangible*) terhadap kepuasan konsumen Daqu Bisnis Nusantara.
2. Apakah terdapat pengaruh keandalan (*reliability*) terhadap kepuasan konsumen Daqu Bisnis Nusantara.
3. Apakah terdapat pengaruh daya tanggap (*responsiveness*) terhadap kepuasan konsumen Daqu Bisnis Nusantara.
4. Apakah terdapat pengaruh jaminan (*assurance*) terhadap kepuasan konsumen Daqu Bisnis Nusantara.
5. Apakah terdapat pengaruh empati (*empathy*) terhadap kepuasan konsumen Daqu Bisnis Nusantara.
6. Apakah terdapat pengaruh kepatuhan (*Compliance*) terhadap kepuasan konsumen Daqu Bisnis Nusantara.
7. Apakah bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), kepatuhan (*Compliance*) secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Daqu Bisnis Nusantara.

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan yang hendak dicapai peneliti adalah untuk menganalisis dan mengetahui mengenai :

1. Untuk mengetahui pengaruh bukti fisik (*tangible*) terhadap kepuasan konsumen Daqu Bisnis Nusantara.

2. Untuk mengetahui pengaruh kehandalan (*reliability*) terhadap kepuasan konsumen Daqu Bisnis Nusantara.
3. Untuk mengetahui pengaruh daya tanggap (*responsiveness*) terhadap kepuasan konsumen Daqu Bisnis Nusantara.
4. Untuk mengetahui pengaruh jaminan (*assurance*) terhadap kepuasan konsumen Daqu Bisnis Nusantara.
5. Untuk mengetahui pengaruh empati (*empathy*) terhadap kepuasan konsumen Daqu Bisnis Nusantara.
6. Untuk mengetahui pengaruh (*Compliance*) terhadap kepuasan konsumen Daqu Bisnis Nusantara.
7. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan yang meliputi bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), kepatuhan (*Compliance*) secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen Daqu Bisnis Nusantara.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian ini adalah :

1. Secara teoritis Untuk menambah ilmu pengetahuan bagi pembaca, baik mahasiswa maupun masyarakat tentang etika bisnis Islam.
2. Secara praktis Hasil penelitian ini diharapkan memberikan kritikan serta gambaran mengenai bagaimana cara untuk berbisnis dengan etika bisnis Islam untuk meningkatkan kepuasan konsumen yang akan membawa dampak positif.