

ANALISIS PELAYANAN PEDAGANG TERHADAP KONSUMEN DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM

Dofriyansyah Mentino¹, Synthia Puspitasari², Lilis Renfiana³
dofriyansyahmentino@gmail.com | synthiapuspitasari12@gmail.com |
lilisrefiana@metrouniv.ac.id
Institut Agama Islam Negeri Metro

ABSTRACT

Service quality is a strategy that is used to attract consumers which is applied so that the desire to create satisfaction for consumers is realized. If the quality of service in each business is carried out well, this will provide a positive outlook and can increase consumer buying interest. But humans need to remember that not all resources can be used because humans are bound by ethics. Islam teaches its adherents to be guided by Islamic teachings or Islamic business ethics, including when it comes to doing business. This research is descriptive qualitative in nature using interviews, documentation and observational data collection techniques. With the aim of finding out which shop has the best service quality. Based on the research results and discussions in the research, 2 shops have been found that fit the criteria, namely Bu Dwi Shop and Syifa Shop. It can be concluded that Toko Bu Dwi has implemented the principles of Islamic business ethics well, namely by implementing the principles of free will, responsibility, monotheism and ihsan. Meanwhile, the Syifa Shop cannot fulfill the principles of Islamic business ethics properly because the shop can only fulfill the three principles of free will, responsibility and ihsan.

Keywords: *Islamic Business Ethics, Quality of Service, Referrals.*

PENDAHULUAN

Pada era sekarang ini persaingan bisnis berkembang sangat pesat, yang mengakibatkan setiap perusahaan akan menghadapi persaingan yang ketat dengan perusahaan kompetitor lainnya. Dengan adanya persaingan yang semakin ketat maka justru akan mendorong para pelaku bisnis untuk selalu memaksimalkan potensi- potensi yang di miliki perusahaan agar tetap dapat bersaing di pasar. Jika ingin maju dan berkembang perusahaan di tuntutan untuk menghasilkan produk- produk yang baik dan berkualitas dengan nilai jual yang sesuai dengan konsumen agar produk yang di hasilkan dapat bersaing di pasar dengan mobilitas produk yang lebih cepat serta memberikan pelayanan sebaik mungkin terhadap konsumen.

Kualitas pelayanan yang baik merupakan strategi yang dapat di tempuh guna mewujudkan keinginan dan harapan agar tercipta kepuasan yang di rasakan oleh konsumen. Dengan adanya sikap Perusahaan yang telah berkomitmen untuk memberikan kualitas pelayanan yang baik terhadap konsumen , maka akan timbul

perasaan puas dari konsumen terhadap pelayanan yang di berikan oleh Perusahaan. Kualitas pelayanan sangat penting bagi sebuah Perusahaan karena dapat berpengaruh besar bagi kemajuan dari sebuah perusahaan. Jika kualitas pelayanan yang di berikan oleh unit usaha baik, maka akan berimbas kepada kenaikan terhadap minat dari konsumen untuk datang ke tempat tersebut (Ibrahim and Thawil 2019).

Tidak hanya itu di sini kualitas produk juga harus di perhatikan baik atau buruk nya karena kualitas produk juga bisa menjadi bahan pertimbangan yang di gunakan untuk menilai apakah produk tersebut layak atau tidak untuk di perjual belikan. (Faradannisa and Supriyanto 2022). Dengan bisa terjaga nya suatu kualitas produk maka itu akan bisa menjadi suatu keuntungan bagi Perusahaan, kerena produk tersebut bisa memberikan kepuasan kepada pelanggan.

Begitu juga dengan penelitian yang telah di lakukan oleh peneliti dimana kualitas pelayanan terhadap konsumen di tinjau dari etika bisnis islam pada Toko Syifa, Toko Bu Dwi. Usaha pertama adalah Toko Bu Dwi, usaha ini didirikan pada 2019 oleh Bapak Nugroho dan beliau masih konsisten masih mempertahankan usahanya sampai sekarang. Nama Toko Bu Dwi di ambil dari nama istrinya sendiri yang Bernama Dwi Herini yang kerap di sapa Bu Dwi dan inilah cikal bakal nama toko yang di dirikan oleh Bapak Nugroho. Saat ini di Toko Bu Dwi memiliki jumlah karyawan 3 orang. Usaha toko ini menyediakan sembako dengan harga grosir sehingga di nilai lebih murah dan dapat menarik banyak konsumen untuk melakukan transaksi jual beli atau belanja di Toko Bu Dwi.

Tujuan di lakukanya penelitian ini adalah untuk mengetahui serta menganalisis kualitas pelayanan Toko Bu Dwi dan Toko Syifa dalam Upaya peningkatan pelayanan konsumen terhadap minat beli di tinjau dari etika bisnis islam. Di Tengah besarnya persaingan antar toko sembako, kedua toko ini masih tetap eksis dan bertahan karena kedua toko tersebut memiliki strategi pemasarannya masing- masing yang dapat menarik minat pelanggan untuk beli di kedua toko tersebut.

KAJIAN TEORI

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupan suatu hal yang sangat-sangat di perlukan dalam hal berbisnis. Kualitas pelayanan yang baik dapat menimbulkan pengaruh baik dalam

suatu usaha ataupun bisnis. Kualitas pelayanan adalah suatu yang harus di lakukan sesuai dengan prinsip-prinsip yang telah ada terutama sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. (Nurhadi 2020)

Suatu usaha atau bisnis biasanya akan berhasil jika kualitas pelayanannya bisa terlaksana dengan baik. (Christono 2022). Sehingga para konsumen bisa merasa puas dan nyaman dengan pelayanan yang Perusahaan berikan. Yang mana hal ini bisa berdampak positif terhadap citra Perusahaan begitu juga dengan produk yang kita jual.

Pengaruh kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan yang baik atau buruk itu sangat berpengaruh terhadap beberapa indikator yaitu:

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, pelayanan yang di terapkan pada suatu usaha itu sangat berpengaruh kepada kepuasan konsumen, karena jika kualitas pelayanan yang di berikan oleh Perusahaan itu memuaskan bagi konsumen maka konsumen akan merasa puas dengan apa yang di dapatkan dalam hal membeli suatu produk tersebut.
2. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap harga, jika suatu produk dapat memiliki kualitas tinggi maka produk tersebut bisa dikatakan sebagai produk yang dapat memenuhi suatu kebutuhan dan harapan yang di inginkan konsumen bahkan produk tersebut bisa melebihi ekspektasi yang di inginkan konsumen. Maka produk tersebut merupakan produk yang baik dan berkualitas. (Khakim, Lukman, Azis Fathoni 2015)

Etika Bisnis Islam

Etika bisnis islam adalah suatu kegiatan usaha yang mana setiap pengerjaannya atau setiap di lakukannya itu di lakukan atas dasar dan prinsip-prinsip islam. Dalam Islam, ada aturan dalam bisnis Islam menjelaskan tentang bagaimana tata cara berbisnis yang di anjurkan kepada pembisnis muslim sehingga bisnis yang di jalankan bisa maju serta mendapat berkah dari Allah SWT. (Halwani Aswida, Diyan Yusri, and Anjur Perkasa Alam 2022). Maka oleh sebab itu para pebisnis muslim harus mampu membedakan mana yang baik dan buruk serta yang di lakukan dengan menreapkan kode-kode etik islam, hukum islam dan norma agama dalam berbisnis.

Tujuan dari adanya ekonomi islam dalam dunia bisnis tentunya tidak lepas dari ingin tercapainya keberhasilan duniawi maupun akhirat. (Wati, Arif, and Devi 2021). Baik dalam hal apapun manusia harus bisa melibatkan Tuhan dalam setiap kegiatan yang mereka lakukan, karena semua perbuatan yang kita lakukan baik itu hal sekecil apapun Tuhan pasti mengetahuinya dan ketahuilah semua yang kita kerjakan di dunia ini akan di pertanggung jawab kan Ketika di akhirat nanti.

Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam

1. Tauhid (*unity*), merupakan pelaksanaan setiap kegiatan yang sedang di lakukan atau di jalankan tidak akan keluar dari aturan islam. Yang mana kegiatan tersebut tidak akan merugikan pihak mana pun termasuk merugikan diri sendiri.
2. Keseimbangan (*equilibrium*), selalu bersikap adil kepada siapapun sehingga tidak mencari keuntungan sepihak saja akan tetapi bisa menguntungkan semua pihak yang ikut berkerja sama dalam menjalankan suatu bisnis atau usaha. (Wati, Arif, and Devi 2021)
3. Kehendak bebas (*free will*), adanya kebebasan dalam berbisnis atau pun kebebasan dalam berpendapat mengenai bisnis. Akan tetapi tidak bisa bersikap semena-semena yang bisa merugikan orang lain.
4. Tanggung jawab (*responsibility*), dalam dunia bisnis berani berbuat yang artinya juga berani bertanggung jawab atas semua baik yang di lakukan maupun yang akan terjadi. Terutama bertanggung jawab kepada Tuhan dan juga lingkungan sekitar.
5. Ihsan (*Benevolence*), artinya selalu melakukan kegiatan yang baik yang dapat menguntungkan yang tidak hanya untuk diri sendiri namun bermafaat juga unuk orang lain. Tentunya di lakukan dengan iklas dan dengan suka rela.

METODE PENELITIAN

Penelitian yang di lakukan menggunakan metode lapangan yang bersifat deskriptif kualitatif yang di mana penggunaan metode ini bertujuan untuk menngungkapkan kualitas pelayanan pedagang terhadap konsumen di tinjau dari etika bisnis islam dan menilik kondisi yang ada di Toko Bu Dwi dan Toko Syifa.

Pada penelitian ini data yang di gunakan adalah data primer yang di mana memakai penentuan lokasi sebagai sampling untuk menentukan objek survey dimana

peneliti telah menentukan 5 toko tempat sembako, akan tetapi hanya terdapat 2 toko sembako yang omsetnya terbilang cukup besar dari 5 toko sembako yang lain.

Metode Penelitian yang di ambil adalah dengan cara Survey langsung ke lapangan. dimana hal itu dilakukan demi untuk mendapatkan data dari tempat yang akan di teliti secara alamiah (bukan buatan), akan tetapi peneliti melakukan usaha demi pengumpulan data yang kredibel, misalnya dengan mengedarkan kuesioner, test, wawancara terstruktur dan sebagainya pada populasi besar maupun kecil. (Nana and Elin 2018).

Peneliti dalam hal upaya untuk mendapatkan data melakuakan survey langsung ke Toko Bu Dwi dan Toko Syifa, hal ini di lakukan agar peneliti bisa mendapatkan data terkait dengan kualitas pelayanan pedagang terhadap konsumen di tinjau dari etika bisnis islam. Sementara itu terkik pengumpulan data yang di lakukan pada penelitian adalah dengan cara wawancara, dokumentasi, dan observasi. Berikut ini adalah nama lokasi dan profil dari narasumber yang di dapatkan:

Tabel 1. Lokasi Usaha

No	Kriterian	Nama
1	Usaha toko sembako di Kelurahan Ganjar Asri	1. Toko Bu Dwi 2. Toko Syifa 3. Toko Dini 4. Toko Siti 5. Toko Dinda
2	Banyaknya omset minimal perhari Rp. 300.00 (Berdasarkan UU No. 20 Tahun 2008 Pasal 6)	1. Toko Bu Dwi (Rp.1.500.000) 2. Toko Syifa (Rp.300.000)

Tabel 2. Profil Narasumber

No	Nama	Usia	Status
1.	Bapak Nugroho	33 Tahun	Pemilik Toko Bu Dwi
2.	Ibu Dwi Herini	32 Tahun	Pemilik Toko Bu Dwi
3.	Bapak Khuswindarto	48 Tahun	Pemilik Toko Syifa

4.	Ibu Eka	30 Tahun	Karyawan Toko Bu Dwi
5.	Rian	25 Tahun	Karyawan Toko Bu Dwi
6.	Ibu Wiwik	29 Tahun	Karyawan Toko Bu Dwi
7.	Ibu Tina	53 Tahun	Konsumen Toko Bu Dwi
8.	Bapak Alex	48 Tahun	Konsumen Toko Bu Dwi
9.	Ibu Wahini	50 Tahun	Konsumen Toko Bu Dwi
10.	Bapak Siswanto	53 Tahun	Konsumen Toko Bu Dwi
11.	Ibu Jumi	65 Tahun	Konsumen Toko Bu Dwi
12.	Ibu Linda	34 Tahun	Konsumen Toko Bu Dwi
13.	Bapak Roni	38 Tahun	Konsumen Toko Bu Dwi
14.	Bapak Egi	32 Tahun	Konsumen Toko Bu Dwi
15.	Bapak Dedi	36 Tahun	Konsumen Toko Bu Dwi
16.	Ibu Sri	52 Tahun	Konsumen Toko Bu Dwi
17.	Ibu Ningsih	57 Tahun	Konsumen Toko Syifa
18.	Ibu Maryatun	61 Tahun	Konsumen Toko Syifa
19.	Ibu Nyoman	60 Tahun	Konsumen Toko Syifa
20.	Bapak Salijo	69 Tahun	Konsumen Toko Syifa
21.	Dani	26 Tahun	Konsumen Toko Syifa
22.	Ibu Mega	41 Tahun	Konsumen Toko Syifa
23.	Bapak Eko	46 Tahun	Konsumen Toko Syifa
24.	Rasya	20 Tahun	Konsumen Toko Syifa
25.	Bapak Supriyanto	52 Tahun	Konsumen Toko Syifa
26.	Bapak Anton	68 Tahun	Konsumen Toko Syifa

Sumber: data diolah

Teknik Keabsahan Data

1. Trigulasi sumber di gunakan sebagai cara untuk melakukan pemeriksaan data yang di peroleh memalalui beberapa sumber. (Mekarisce and Jambi, n.d.). Hal ini digunakan untuk menguji kredibilitas data yang di gunakan penguji tentang kualitas pelayanan pedagang sembako terhadap komsumen di tinjau dari etika bisnis islam yang ada pada usaha Toko sembako Bu Dwi dan Toko sembako Syifa, yang pengumplan dan perolehan data yang di lakukan kepada pemilik toko, dan konsumen.
2. Trigulasi Teknik di gunakan dengan melakukan pengecekan data dari sumber yang sama, akan tetapi di lakukan dengan memakai teknik yang berbeda. (Mekarisce and Jambi, n.d.). Dari hasil penelitian yang di lakukan maka data yang di peroleh akan di gabungkan dan menguji kredibilitas data dari hasil observasi, wawancara dan juga dokumentasi yang telah di lakukan untuk mengetahui kualitas pelayanan pedagang sembako terhadap konsumen di tinjau dari etika bisnis islam pada usaha Toko sembako Bu Dwi dan Toko Syifa.

Teknik Analisis Data

Ada tiga tahap Teknik analisis data yang di gunakan dalam analisis kualitatif yaitu:

1. Reduksi Data adalah meringkas hasil data yang ada agar lebih mengerucut pada hal yang lebih lebih luas lagi dalam pemahamannya. (Rijali 2019). Maka data yang di dapatkan dan di gunakan oleh peneliti menjadi lebih jelas dan mudah jika akan di lakukan penelitian berikutnya.
2. Penyajian Data yaitu sebuah bentuk kegiatan yang mana digunakan untuk mendapatkan kesimpulan dari data yang telah di dapat. (Rijali 2019). Dengan begitu peneliti bisa mengetahui apakah data yang telat ada sudah akurat atau belum.
3. Penarikan Kesimpulan merupakan di lakukannya penelitian secara berkala guna memastikan kesimpulan yang akan di dapat sudah benar- benar kuat dan jelas. Kerena kesimpulan dari penelitian sebelumnya belum akurat dan masih di perlukan tahapan selanjutnya yang lebih matang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis pelayanan pedagang sembako terhadap konsumen pada Toko Dwi dan Toko Syifa

1. Toko Dwi

Pada Toko sembako Bu Dwi kualitas pelayanan yang ada di rasa sudah cukup baik. Meski begitu ada juga konsumen yang memberikan pandangan yang berbeda mengenai pelayanan yang ada di Toko sembako Bu Dwi tersebut. Kesepuluh konsumen memberikan pandangan positif terhadap toko yang harganya murah dan terjangkau, pelayanan yang ramah, bersih dan rapih. Namun terdapat konsumen yang memberikan tanggapan jika Toko Bu Dwi tidak memiliki tempat parkir yang luas dan juga pada jam-jam tertentu terkadang sangat ramai sehingga para konsumen harus mengantri lebih lama. Dari kesepuluh konsumen yang memberikan pendapatnya mengatakan bahwa karyawan yang bekerja di toko tersebut berpenampilan cukup rapih, sigap terhadap permintaan pelanggan, dan juga ramah-tamah kepada pelanggan.

Pada dimensi kinerja terdapat delapan konsumen yang memberikan pendapat yang positif yaitu karyawan tanggap dan sigap dalam melayani konsumen. Namun

ternyata ada tiga konsumen yang menuturkan pendapat yang berbeda yaitu karena pelayanan yang di lakukan kurang cepat jika toko dalam keadaan ramai pembeli. Waktu yang di butuhkan untuk menunggu antrian pada saat membeli barang di toko kira-kira selitar 10-15 menit. Lalu pada dimensi ketanggapan, kesepuluh konsumen berpendapat bahwa jika respon dan ketanggapan yang dimiliki oleh karyawan sudah cukup baik dalam melakukan pelayanan kepada para konsumen toko. Karyawan toko dalam hal ini mempunyai respon dan tanggapan yang cukup baik dalam melayani permintaan yang di lakukan oleh konsumen pada saat melakukan pemesanan barang. Selanjutnya pada dimensi kepercayaan kesepuluh konsumen memberikan pendapat positif yaitu mengenai sikap yang ramah dan sopan yang di lakukan oleh karyawan kepada konsumen toko. Dan pada point terakhir dimensi empati, dari sepuluh konsumen memberikan pendapat bahwa karyawan mempunyai rasa perhatian terhadap konsumen toko. Bukti rasa perhatian karyawan terhadap konsumen di tunjukkan dengan cara melakukan hubungan komunikasi yang terjalin dengan baik kepada setiap konsumen.

Dari kualitas pelayanan yang telah dijelaskan, maka dapat digambarkan minat beli konsumen pada Toko sembako Bu Dwi sebagai berikut:

Tabel 3. Tingkat Kepuasan Konsumen

No	Nama	Transaksional	Refrensial	Prefensial
1.	Ibu Tina	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	-
2.	Bapak Alex	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	-
3.	Ibu Wahini	<input type="checkbox"/>	-	-
4.	Bapak Siswanto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	-
5.	Ibu Jumi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	-
6.	Ibu Linda	<input type="checkbox"/>	-	-
7.	Bapak Roni	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	-
8.	Bapak Egi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	-
9.	Bapak Dedi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	-
10.	Ibu Sri	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	-
Persentase		100%	80%	0%

Dari hasil tabel yang ada di atas bisa di simpulkan bahwa dari kesepuluh konsumen toko punya kecenderungan untuk melakukan transaksi jual beli sembako di Toko Bu Dwi di sebabkan harga yang murah dan kompetitif di karenakan harga di toko tersebut grosir, produk-produk sembako yang lengkap, pelayanan yang baik,

serta lokasi toko yang letaknya strategis. Selanjutnya sudah ada delapan konsumen yang merekomendasikan kepada orang lain untuk belanja di toko tersebut. Alasan mengapa para konsumen merekomendasikan kepada orang lain untuk belanja di toko tersebut di sebabkan karena harga yang murah karena di jual grosir dan juga produk-produk sembako yang di jual di toko tersebut sangat lengkap. Terdapat juga sebab lain konsumen cenderung untuk merekomendasikan kepada orang lain untuk berbelanja di toko tersebut karena faktor kenyamanan tempat dan juga pelayanan yang di lakukan oleh karyawan di toko tersebut sangat ramah. Lalu dari kesepuluh konsumen narasumber yang di mintai keterangan tidak bisa menjadikan toko sembako Bu Dwi sebagai rekomendasi utama, karena kemungkinan jarak tempuh konsumen ke Toko Bu Dwi mungkin cukup jauh dari tempat tinggal konsumen. Akan tetapi hal tersebut juga tidak membuat konsumen mengeluh karena mengingat kualitas dan harga barang yang ada di toko tersebut bisa murah dan yang pasti tidak begitu memberatkan para konsumen. Yang membuat para konsumen akan terus menjadi pelanggan setia di toko tersebut.

2. Toko Syifa

Kualitas pelayanan sembako yang telah kita lihat pada pembahasan sebelumnya pada Toko syifa yang mana di ketahui juga memiliki kualitas pelayanan yang baik. Dan juga tentunya ada perbedaan pendapat mengenai kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang ada di Toko Syifa tersebut.

Sebagaimana dilihat dari data yang telah ada yaitu mengenai tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang ada di Toko Syifa yang mana dari kesepuluh terdapat lima yang berpendapat bahwa Toko Syifa tersebut sudah cukup nyaman dan bersih. Namun sebaliknya terdapat lima konsumen lainnya yang menyatakan bahwa di Toko Syifa tersebut sangat-sangatlah kumuh, kotor, dan dari segi tempat peletakan serta penyusunan produk-produk yang di jual sangatlah tidak efisien dan sangat kurang rapih. Bahkan kelima konsumen tersebut juga mengatakan bahwa toko Syifa kurang menarik dan jumlah stok barang atau produk yang di jual juga masih kurang kurang lengkap. Akan tetapi keliama konsumen tersebut tidak memungkiri terkait kualitas pelayanan yang di berikan di Toko Syifa itu sangat baik karena sang pemilik toko yang amat ramah-tamah kepada setiap konsumennya.

Dilihat dari segi ketanggapan terhadap konsumen di Toko Syifa, mendapatkan respon positif dari kesepuluh konsumen tersebut. Karena menurut kesepuluh konsumen tersebut kualitas pelayanan yang di berikan Toko Syifa Ketika sedang melayani konsumen yaitu sangat cepat dan tanggap serta tidak di butuhkan waktu lama dalam pelayanannya. Hal tersebut juga bisa di karenakan Toko Syifa yang tidak selalu begitu ramai oleh pembeli. Waktu yang di butuh kan ketika melayani konsumen berkisaran 3-4 menit saja. Rasa empati juga di berikan oleh sang pemilik toko terhadap konsumen Ketika sedang membeli di Toko Syifa, seperti melayani permintaan konsumen dengan baik hal ini adalah tanggapan dari kelima konsumen, namun kelima konsumen lainnya mengatakan bahwa kualitas pelayanan yang di berikan Toko Syifa terhadap konsumen hanya biasa saja, bahkan terkadang dalam menanggapi permintaan atau pesanan konsumen juga kurang baik dan kurang memadai. Tidak hanya itu kelima konsumen tersebut juga mengatakan bahwa Toko Syifa tersebut kurang aman jika di tinjau dari kebersihan toko yang bisa berdampak negative terhadap Kesehatan konsumen yang membeli produk atau barang yang di jual di Toko Syifa.

Dari kualitas pelayanan yang telah di jelaskan, maka dapat di gambarkan minat beli konsumen pada Toko sembako Syifa sebagai berikut:

Tabel 4. Tingkat Kepuasan Konsumen

No	Nama	Transaksional	Referensial	Preferensial
1.	Ibu Ningsih	<input type="checkbox"/>	-	-
2.	Ibu Maryatun	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	-
3.	Ibu Nyoman	<input type="checkbox"/>	-	-
4.	Bapak Saliyo	<input type="checkbox"/>	-	-
5.	Dani	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	-
6.	Ibu Mega	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	-
7.	Bapak Eko	<input type="checkbox"/>	-	-
8.	Rasya	<input type="checkbox"/>	-	-
9.	Bapak Supriyanto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	-
10.	Bapak Anton	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	-
Persentase		100%	40%	0%

Di lihat dari tabel di atas yang memiliki hasil yaitu bahwa dari kesepuluh konsumen berminat untuk berbelanja dan membeli produk atau barang di Toko Syifa di karenakan harga yang cukup terjangkau, dan pemilik toko juga cukup

ramah dan baik. Jika di lihat dari segi jarak tempuh tidak begitu jauh dan cukup memadai bagi konsumen. Namun tidak semua konsumen mereferensikan untuk membeli produk yang ada di Toko Syifa terutama dari kesepuluh konsumen di atas. Terdapat lima konsumen yang tidak berminat mereferensikan produk tersebut ke orang lain di karena kan dengan alasan produk yang di jual oleh Toko Syifa kurang terjaga kebersihannya terutama terkait kebersihan toko itu sendiri, selanjut nya kurang ramah nya sang penjual atau si pemilik toko, serta kurang nya responsibitas terhadap pelayanan ke pada konsumen.

Berdasarkan analisis terkait kualitas pelayanan pedagang sembako terhadap konsumen yang ada pada Toko Syifa dan Toko Bu Dwi yang tertera di atas adalah faktok-faktor dari penyebab timbulnya minat beli para konsumen. Karena kualitas pelayanan bisa menjadi salah satu cara agar bisa menarik para konsumen, maka di perlukan kualitas pelayanan yang baik dan tidak hanya itu untuk menarik minat para konsumen juga di perlukan kualitas produk yang baik dan aman.

Analisis etika bisnis Islam guna meninjau pelayanan sembako terhadap konsumen di usaha Toko Bu Dwi dan Toko Syifa

Berdasarkan data yang telah didapatkan oleh peneliti melalui pengamatan dan wawancara yang telah di lakukan kepada karyawan Toko Bu Dwi dan juga Toko Syifa, maka peneliti dapat menganalisis data dari hasil pengamatan terhadap etika bisnis Islam guna meninjau pelayanan sembako terhadap konsumen sebagai berikut:

1. Toko Sembako Bu Dwi

Berdasarkan data yang di dapatkan pada pembahasan yang sebelumnya dapat dikatakan bahwa pada Toko sembako Bu Dwi karyawan yang ada di toko tersebut bisa di katakana sudah mempunyai kualitas pelayanan yang baik dengan menerapkan prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam. Namun pada prinsip kesatuan/tauhid karyawan di toko tersebut belum terpenuhi. Hal ini di sebabkan karena karyawan masih belum bisa melaksanakan kewajiban sholat secara tepat waktu, karyawan biasanya melakukan kewajiban sholat pada saat toko dalam keadaan pelanggan yang mulai senggang, bahkan ada juga karyawan yang sama sekali tidak melaksanakan kewajiban untuk sholat, padahal pemilik toko sudah memberikan waktu kepada karyawannya waktu untuk melaksanakan sholat. Kemudian dari

prinsip yang sudah dipenuhi oleh karyawan yaitu seperti, prinsip keseimbangan/keadilan. Dalam melakukan pelayanan terhadap konsumen karyawan selalu menerapkan sikap ramah Tamah dan selalu sigap dalam memenuhi permintaan yang di layangkan oleh konsumen toko. Selain itu karyawan toko memberikan bobot porsi yang sama dalam hal pelayanan kepada para konsumen dan tidak membedakan konsumen yang datang ke toko.

Selanjutnya pada prinsip kehendak bebas yang di terapkan, Karyawan memberikan kebebasan kepada para konsumen toko untuk meminta barang yang paling baru dan bukan barang lama lama yang sudah lama ada di toko karena konsumen berhak mendapatkan barang stok terbaru yang ada di toko sehingga konsumen bisa mendapatkan barang dengan kualitas terbaik. Berikutnya ada prinsip tanggung jawab yang harus di terapkan oleh karyawan toko. Dalam hal ini setiap karyawan selalu dituntut untuk menjamin penjual yang bertanggung jawab jika ada kesalahan yang di lakukan karyawan terhadap konsumen maka karyawan di tuntutan melakukan pertanggung jawabannya terhadap konsumen sebagai bentuk komitmen yang di lakukan agar konsumen tidak merasa kecewa. Terakhir ada prinsip ihsan. Dalam prinsip ini karyawan menerapkan sikap ramah taman terhadap konsumen dan selalu malakukan interaksi kepada para konsumen terkait pelayanan serta kualitas produk yang di jual agar bisa menerima masukan dari konsumen terkait hal tersebut dan bisa meningkatkan kualitas pelayanan serta produk yang di jual kedepannya agar konsumen merasa puas dan bisa menjadi pelanggan tetap toko.

2. Toko Sembako Syifa

Berdasarkan pada pembahasan yang telah ada di ketahui Toko Syifa tersebut tidak memiliki karywan dan di ketahui juga sebagai pemilik toko sudah dapat memberikan kualitas pelayanan yang baik dan sesuai dengan prinsip etika bisnis islam. Akan tetapi belum bisa untuk memenuhi sepenuhnya prinsip-prinsip etika bisnis islam tersebut, sperti hal nya dalam melaksanakan prinsip-prinsip ketahuidan /tauhid. Sang pemilik toko belum bisa menjalnkan kewajiban sholat sesuai waktunya. Bahkan sang pemilik toko hanya menggunakan waktu untuk bersantai hanya untuk menjaga toko saja. Selanjutnya terkait prinsip keseimbangan/keadilan, sang pemilik toko sudah bisa besikap adil kepada setiap konsumen yang dating ke toko nya. Ketika melayani konsumen juga bisa berperilaku baik dan ramah. Pada

proses pembayaran atau pun transaksi sang pemilik toko juga tidak pernah melebihi harga barang dari harga yang sudah di tentukan sebelumnya. Tidak pernah membeda-bedakan setiap kosumen yang datang untuk membeli di tokonya, semuanya di berikan pelayanan yang sama. Karena pada prinsip-prinsip keadilan itu harus di junjung tinggi dan juga di tuntun untuk bisa bersikap adil terhadap semua orang. Namun tidak memungkin juga bahwa sang pemilik toko pernah bersikap tidak adil kepada setiap konsumen yang datang, seperti kurangnya sikap ramah pada konsumen yang sedang membeli dagangan nya. Sedangkan prinsip keadilan adalah kunci utama yang mempengaruhi terkait kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan konsumen.

Lalu prinsip yang sudah bisa terpenuhi di Toko Syifa ini yakni prinsip-prinsip kehendak bebas. Yang mana sang pemilik toko telah memberikan kebebasan kepada setiap konsumen yang akan membeli produk atau barang yang ingin konsumen beli di toko. Begitu pula terkait penerasan prinsip tanggung jawab, sang pemilik juga bersedia bertanggung jawab atas kualitas produk yang di jual, seperti jika ada produk yang sudah sudah tidak layak jual atau kecacatan pada poduk yang ingin di beli konsumen, yang tentunya hal itu di lakukan agar para konsumen tidak merasa kecewa terhadap kualitas barang dan kualitas pelayanan yang ada di toko dan tetap ingin berbelanja di toko tersebut.

KESIMPULAN

Kualitas Pelayanan

Kualitas yang dilakukan oleh Toko Bu Dwi dari segi pelayanan pada bukti fisik Lokasi Toko yang strategis, bersih, tata Kelola ruangan yang teratur dan busana yang di kenakan oleh karyawan cukup rapi sehingga enak di pandang oleh konsumen sehingga menimbulkan citra baik toko kepada para konsumen. Dari segi mobilitas pelayanan yang di lakukan yaitu pelayanan yang di lakukan cukup lama jika toko dalam keadaan sedang ramai yaitu sekitar 10-15 menit. Dari segi ketanggapan, karyawan menerima permintaan yang di layangkan oleh konsumen dengan respon baik, misalnya jika ada konsumen yang meminta diskon atau potongan harga Ketika konsumen melakukan transaksi di toko dengan nominal yang besar. dari segi keyakinan karyawan diwajibkan untuk selalu bersikap ramah dan sopan terhadap konsumen. Dari segi keperdulian

karyawan menerima permintaan yang di layangkan oleh konsumen dengan respon baik, misalnya saat ada konsumen yang meminta bantuan karyawan karena kesulitan membawa barang belanjanya ke kendaraan. Maka dengan begitu dapat meningkatkan kualitas pelayanan kepada konsumen pada pada toko Bu Dwi menjadi poin sempurna sebesar 100% dalam kualitas pelayanan transaksional, 80 % untuk kualitas pelayanan refrensial, dan 0% untuk minat preferensial.

Sedangkan kualitas pelayanan yang ada pada Toko Sembako Syifa yang pada bukti tidak menyediakan fasilitas fisik apapun. Sang pemilik toko pun berpenampilan kurang menarik dan kurang rapih. Terkait kehandalan yang cukup sigap dan cepat dalam melayani konsumen misalnya hanya butuh waktu 4-5 menit. Lalu segi ketanggapan, sang pemilik toko bersedia membatu konsumen Ketika mengalami kesulitan misalnya saat selesai berbelanja konsumen perlu bantuan membawa barang nya ke kendaraan konsumen. lalu keyakinan, sang pemilik toko bersikap baik dan ramah, meski terkadang juga bisa bersikap kurang baik dan tidak ramah. Pada empathy, sang pemilik toko kurang memiliki empati yang penuh misalnya, Ketika ada konsumen yang sedang menunggu pesanan barang nya tidak di sediakan tempat untuk konsumen bisa duduk sejenak. Namun pada hal ini kualitas pelayanan yang diberikan oleh Toko Syifa terkait kualitas pelayanan traksaksional sebanyak 100%, kualitas pelayanan refrensial 40%, dan untuk kualitas pelayanan preferensial 0%.

Kualitas pelayanan ditinjau dari perspektif Etika Bisnis Islam

Pada Toko sembako Bu Dwi dinilai sudah cukup sesuai dengan prinsip keseimbangan/keadilan (karyawan di toko tersebut bersikap ramah, sopan dan tidak memberikan perlakuan yang berbeda terhadap konsumen), kehendak bebas (memberi kebebasan konsumen dalam memilih produk yang di jual di toko tersebut sesuai dengan kebutuhannya), tanggung jawab (mengakui kesalahan jika nanti barang atau produk yang telah di pesan oleh konsumen tidak sesuai dengan ekspektasi, maka toko bersedia melakukan tanggung jawab kepada konsumen) dan ihsan (karyawan melakukan sikap ramah kepada para konsumen, seperti senyum dan sapa dan karyawan siap mengantarkan pesanan konsumen secara online melalui whatsapp tanpa biaya ongkos tambahan). Akan tetapi ada satu prinsip yang di rasa belum sesuai yaitu prinsip kesatuan/tauhid (karyawan sering kali lalai dalam prihal kewajiban dalam melaksanakan

sholat dan bahkan ada juga karyawan yang tidak melakukan kewajiban untuk sholat, padahal pemilik toko sudah memberikan waktu karyawannya untuk melaksanakan kewajiban sholat).

Sedangkan pada Toko Syifa mempunyai prinsip kehendak bebas, konsumen di berikan kebebasan dalam mengambil serta memilih barang nya sendiri Ketika ingin membeli barang atau produk yang mereka inginkan. Tanggung jawab sang pemilik toko menerima keluhan dari konsumen terkait kualitas barang yang di jual dan melayani nya dengan baik. Pada prinsip ihsan sang pemilik toko juga telah melayani konsumen dengan ramah,cepat, dan baik. Namun ada prinsip yang belum bisa sesuai yakni keseimbangan/keadilan, sang pemilik toko terkadang juga berlaku tidak adil kepada konsumen. selanjutnya pada prinsip kesatuan/tauhid, sang pemilik toko tidak melaksanakan sholat secara tepat waktu.

DAFTAR PUSTAKA

- Christono, A B. 2022. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan.” *Journal of Economics and Business UBS* 8, no. 1: 1–17. <https://doi.org/10.52644/joeb.v8i1.13>.
- Faradannisa, Melina, and Agus Supriyanto. 2022. “Kepuasan Pelanggan Ditinjau Dari Store Atmosphere, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Etika Bisnis Islam.” *Tawazun: Jurnal Ekonomi Syariah* 2, no. 1: 76–94.
- Halwani Aswida, Diyan Yusri, and Anjur Perkasa Alam. 2022. “Pengaruh Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Di Pasar Tanjung Pura.” *EKSYA : Jurnal Ekonomi Syariah* 3, no. 1: 189–208. <https://doi.org/10.56874/eksya.v3i1.743>.
- Ibrahim, Malik, and Sitti Marijam Thawil. 2019. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.” *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT* 4, no. 1: 175–82. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i1.251>.
- Khakim, Lukman, Azis Fathoni, Maria M Minarsih. 2015. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Variabel Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Pizza Hut

Cabang Simpang Lima.” *Journal of Management*, Vol 1 No.

- Mekarisce, Arnild Augina, and Universitas Jambi. n.d. “Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Pada Penelitian Kualitatif Di Bidang Kesehatan Masyarakat Data Validity Check Techniques in Qualitative Research in Public Health” 12, no. 33.
- Nana, Darna, and Herlina Elin. 2018. “Memilih Metode Penelitian Yang Tepat: Bagi Penelitian Bidang Ilmu Manajemen.” *Jurnal Ilmu Manajemen* 5, no. 1: 288. <https://jurnal.unigal.ac.id/index.php/ekonologi/article/view/1359>.
- Nurhadi, Nurhadi. 2020. “Konsep Pelayanan Perspektif Ekonomi Syariah.” *EkBis: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 2, no. 2: 137. <https://doi.org/10.14421/ekbis.2018.2.2.1100>.
- Rijali, Ahmad. 2019. “Analisis Data Kualitatif.” *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah* 17, no. 33: 81. <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2374>.
- Wati, Destiya, Suyudi Arif, and Abrista Devi. 2021. “Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online Di Humaira Shop.” *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 3, no. 1: 141–54. <https://doi.org/10.47467/elmal.v3i1.654>