

## **BAB II LANDASAN TEORI**

### **A. Landasan Teori**

#### **1. Etika Bisnis Islam**

##### **a. Pengertian Etika Bisnis Islam**

Menurut Muhammad Saifullah, etika bisnis adalah seperangkat prinsip-prinsip umum yang membedakan seseorang yang baik dan yang buruk, benar, salah, dan lain sebagainya dan prinsip-prinsip umum yang membenarkan seseorang untuk mengaplikasikannya atas apa saja dalam dunia bisnis. Dalam arti lain, etika bisnis merupakan seperangkat prinsip dan norma bagi para pelaku bisnis yang harus menjunjungnya dalam semua aspek contohnya dalam bertransaksi, berperilaku, dan berelasi guna mencapai tujuan-tujuan bisnis.<sup>13</sup>

Islam memberikan kebebasan kepada pemeluknya untuk melakukan usaha (bisnis). Namun dalam Islam terdapat sejumlah prinsip dasar yang merupakan etika normatif yang wajib.ketaatan ketika seorang muslim ingin dan menjalankan suatu usaha, antara lain: <sup>14</sup>

1. Proses mencari nafkah bagi seorang muslim adalah suatu tugas yang wajib.

---

<sup>13</sup> Fakhry Zamzam,Havis Aravik,"*Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan*"(Sleman : CV.Budi Utama,2020),hlm.2.

<sup>14</sup> Fitri Amalia, "*Implementasi Etika Bisnis Islam pada Pedagang di Bazar Madinah Depok*",hlm.4.

2. Makanan atau rezeki yang dicari harus halal.
3. Jujur dalam menjalankan bisnis.
4. Segala prosedur yang dilakukan untuk mencari sumber kehidupan harus digunakan sebagai cara mendekati diri kepada Allah SWT.
5. Perusahaan atau bisnis yang diatur tidak boleh menimbulkan kerusakan.
6. Persaingan dalam dunia usaha digunakan sebagai sarana untuk mencapai hasil yang adil dan merata. mempunyai kesehatan yang baik (fastabikul al-khayrat).
7. Menyerahkan setiap amanah kepada ahlinya, bukan kepada sembarang orang sekalipun keluarga sendiri.

#### **b. Prinsip Dasar Etika Bisnis Islam**

Dilihat dari ajaran moral atau etika bisnis Islam , prinsipnya adalah manusia mempunyai kewajiban berbuat baik terhadap dirinya sendiri, orang lain, lingkungan alamnya, dan kepada Tuhan sebagai pencipta-Nya. Oleh karena itu, manusia atau pelaku bisnis harus mengimplimentasikan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dengan baik. Prinsip etika bisnis Islam terdiri dari konsep keesaan (unity), keadilan/keseimbangan (balance), kehendak bebas (free will), tanggung jawab (responsibility), dan kebajikan (benevolence).<sup>15</sup>

##### 1. Prinsip Keesaan (*Unity*)

---

<sup>15</sup> Erly Juliyani, "Etika Bisnis dalam Perspektif Islam", Jurnal Ummul Qura, Vol.VII, No. 1, Maret 2016, hlm.66.

Keesaan atau Kesatuan dapat menyatukan berbagai aspek atau hal yang heterogen menjadi satu kesatuan yang utuh dalam kehidupan umat Islam, seperti aspek ekonomi, aspek politik, agama dan masyarakat, yang menekankan pandangan mengenai kesesuaian dengan kehidupan Islam. Konsep keesaan atau kesatuan ini mempunyai *impact* yang besar kepada umat Islam yaitu hanya Allah Swt., yang bersedia menolong.<sup>16</sup> Contoh prakteknya dalam bisnis yaitu bersikap akidah menaati Allah Swt.,

## 2. Keadilan/keseimbangan (*Equilibrium*)

Konsep keseimbangan dapat dipahami sebagai keseimbangan antara kehidupan dunia dan akhirat yang harus dicapai. Oleh karena itu, konsep keseimbangan dimaksudkan untuk menyeru dan mengajak para pebisnis muslim agar mampu melakukan tindakan (dalam berbisnis) yang dapat menentukan kesejahteraan dan keamanan dirinya dan orang lain di akhirat. Dalam menjalankan aktivitas di dunia bisnis, Islam mewajibkan seseorang untuk bersikap adil, bahkan terhadap pihak yang tidak disukainya. Makna keadilan dalam Islam diorientasikan sedemikian rupa sehingga hak orang lain, hak lingkungan sosial, hak alam semesta, hak Allah dan Rasul-Nya berperan sebagai pemangku kepentingan dalam bertindak keadilan

---

<sup>16</sup> Anita Apriani, Skripsi : “*Implementasi Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam di Omah Wijaya Kusuma Purwokerto*”, hlm.22.

seseorang. <sup>17</sup>Prakteknya dalam bisnis contohnya tidak ada kecurangan dalam takaran dan timbangan.<sup>18</sup>

### 3. Prinsip *free will* (kehendak bebas)

Kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis Islam. Dalam ekonomi Islam, kebebasan ialah tetap menggabungkan antra nilai-nilai moral dan spiritual. Karena apabila tidak ada filter moral, maka kegiatan ekonomi akan rawan kepada perilaku destruktif yang dapat merugikan masyarakat luas. Telah terjadi tradisi di masyarakat sekarang ini bahwa dalam kegiatan ekonominya cenderung mengedepankan materialisme tanpa memperdulikan moralitas. Seharusnya kebebasan manusia yang ada adalah kebebasan yang bertanggung jawab, yaitu kebebasan yang didasari oleh 'ilm (ilmu) dan kesadaran penuh.<sup>19</sup>

### 4. *Responsibility* (Tanggung jawab)

Segala perbuatan yang dilakukan oleh setiap umat Islam akan dipertanggungjawabkan dihadapan Allah SWT. Manusia sebagai khalifah akan mengelola sumber daya yang ada untuk memperoleh manfaat dan kelak bertanggungjawab di akhirat atas apa yang dilakukan semasa ia hidup didunia.<sup>20</sup> *Responsibility* atau sikap tanggung jawab ini harus juga

---

<sup>17</sup> Destiya Wati, Suyud Arif, Abridstadevi, "Analisis Penerapan Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual Beli Online di Humaira Shop", Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam, Vol. 5, No. 1 2022, hlm.149.

<sup>18</sup> Sri Nawatmi, "Etika Bisnis dalam Perspektif Islam", Jurnal Fokus Ekonomi Vol. 9, No. 1, 2010, hlm. 57.

<sup>19</sup> Kisti Nur Aliyah, "Etika Bisnis Islam dalam Implementasi Teknologi Neuromarketing pada Strategi Pemasaran", Jurnal Ekonomi Syariah, Vol.5, No. 2, September 2020, hlm.74.

<sup>20</sup> Alif Arfiansyah, "Tinjauan Etika Bisnis Islam dalam Corporate Social Responsibility PT. Garuda Foof Kabupaten Pati", Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, Vol.6, No. 3, 2020, hlm.3.

diimplementasikan oleh para pelaku bisnis atau usaha supaya usaha yang dijalankan senantiasa berada di jalan Allah SWT dan terhindar dari apa yang dilarang oleh agama. Implementasinya dalam bisnis yaitu contohnya melarang semua jenis transaksi yang dilarang salahsatunya seperti gharar.

#### 5. *Benevolence* (Ihsan)

*Benevolence* (Ihsan) dalam bisnis islam konteksnya yaitu sikap dan perbuatan yang sesuai dengan ajaran agama Islam yang didalamnya terdapat transaksi, proses mencari dan mendapatkan barang dagangan atau produk dan proses mendapatkan keuntungan. Sikap *Benevolence* (Ihsan) ini perilaku atau sikap yang memberi maslahat atau faedah bagi orang lain. Sikap yang dianjurkan untuk dilakukan kita sebagai umat Muslim dalam menjalankan sebuah usaha yaitu sikap ramah tamah dan jujur kepada semua orang. Keramahtamahan atau sopan kepada orang lain adalah sikap ramah, bersikap baik Ketika menjual, membeli atau menagih komoditi atau barang dagangan barang dagangan.<sup>21</sup> Implementasinya dalam bisnis yaitu Terdapat sikap ramah tamah, toleran atau pengertian kepada pelanggan baik itu dan bersikap jujur dalam setiap proses transaksi atau dalam kegiatan bisnis.<sup>22</sup>

---

<sup>21</sup> M. Amirul Huda, Skripsi : “*Tinjauan Etika Bisnis Islam terhadap Pemasaran Produk Olahan Jamur Tiram di UD. Putra Berkah Ragil Joresan Mlarak Ponorogo*”, hlm. 31.

<sup>22</sup> Sri Nawatmi, “*Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*”, Jurnal Fokus Ekonomi Vol. 9, No. 1, 2010, hlm. 58.

### c. Fungsi Etika Bisnis Islam

Nabi Muhammad SAW merupakan pelopor bisnis yang harus diteladani dalam menjalankan sebuah bisnis dalam Islam. Tujuan utama Nabi Muhammad Saw selain untuk menyampaikan ajaran agama Islam, beliau juga memberikan ajaran tentang bagaimana berbisnis yang sesuai dengan etika bisnis Islam. Fungsi etika bisnis Islam yaitu : <sup>23</sup>

- 1) Etika bisnis Islam berupaya untuk menyelaraskan berbagai kepentingan yang ada pada dunia bisnis Islam.
- 2) Etika bisnis Islam berperan dalam meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap bisnis, khususnya tentang bisnis Islam. Hal yang dilakukan yaitu dengan memberikan pemahaman dan cara pandang baru terhadap bisnis dengan menggunakan nilai etika bisnis Islam.
- 3) Etika bisnis Islam dapat bertindak dalam memberikan solusi terhadap berbagai permasalahan bisnis modern yang saat ini semakin menjauh dari nilai-nilai etika bisnis. Etika bisnis harus benar merujuk pada sumber utamanya yaitu Al-Qur'an dan Sunnah.

## 2. Kualitas Pelayanan

### a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) pelayanan merupakan cara melayani. Pelayanan juga diartikan sebagai seseorang

---

<sup>23</sup> Siti Hofifah, "Analisis Persaingan Usaha Pedagang Musiman di Ngebel Ponorogo ditinjau dari Perspektif Etika Bisnis Islam", Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah Vol.3, No.2, Desember 2020, hlm. 42.

yang membantu menyiapkan atau menyajikan apa yang diperlukan oleh seseorang.<sup>24</sup>

Kualitas pelayanan menurut Parasuraman adalah: “Kualitas pelayanan merupakan perbandingan antara pelayanan yang dialami (dirasakan) konsumen dengan kualitas pelayanan yang diharapkan konsumen. Berdasarkan perspektif tersebut dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan adalah pemberian pelayanan prima untuk memenuhi keinginan atau harapan pelanggan.<sup>25</sup> Kualitas pelayanan menurut Kotler adalah: “suatu cara kerja suatu perusahaan yang berupaya untuk mewujudkan peningkatan kualitas secara berkala terhadap proses, produk dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan atau pelaku ekonomi”. Menurut Tjiptono, kualitas pelayanan adalah upaya memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen.<sup>26</sup>

#### **b. Kualitas Pelayanan Menurut Perspektif Islam**

Kualitas pelayanan dalam Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan atau melayani dalam sebuah usaha baik itu perusahaan yang bergerak dibidang barang atau jasa tidak boleh memberikan

---

<sup>24</sup> Kamus Besar Indonesia (KBBI) Kamus versi online/daring (dalam jaringan) dikutip dari <https://kbbi.web.id/layan> , pada hari Jumat 06 Oktober 2023, Pukul 21:40 WIB

<sup>25</sup> Selvy Normasari, Srikandi Kumadji, Andriani Kusumawati, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan”, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 6 No. 2 Desember 2013, hlm.3.

<sup>26</sup> Januar Efendi Panjaitan, Skripsi : “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada JNE Cabang Bandung ”, hlm. 17.

pelayanan yang tidak berkualitas. Allah Swt., berfirman dalam QS. Ali Imran : 159 sebagai berikut :

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

Artinya : *“Maka, berkat rahmat Allah engkau (Nabi Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Seandainya engkau bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka akan menjauh dari sekitarmu. Oleh karena itu, maafkanlah mereka, mohonkanlah ampunan untuk mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam segala urusan (penting). Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah mencintai orang-orang yang bertawakal.”* (QS. Ali Imran : 159 ).<sup>27</sup>

Ayat diatas menjelaskan bahwa dalam agama Islam terdapat landasan interaksi dengan manusia yang lainnya. Dalam ayat tersebut, Nabi Muhammad Saw adalah sosok yang mudah untuk berinteraksi dengan umat yang lain, sopan santun dalam berbicara serta Nabi Muhammad Saw ini mempunyai pribadi yang lemah lembut. Apabila Nabi Muhammad ini mempunyai sifat yang kasar, tentu orang-orang akan menjauhinya,<sup>28</sup>

Dalam konteks kualitas pelayanan dalam bisnis Islam, ayat tersebut mengandung pedoman bahwa sifat lemah lembut harus ada

<sup>27</sup> [Qur'an Kemenag](#) diakses pada 18 November 2023 pukul 14:55 WIB.

<sup>28</sup> Azhar Lujjatul Widad, Ega Rahmat Pauzi, Ari Prayoga, “Manajemen Pelayanan Perspektif Al-Qur’an dan Hadits”, MIYAH : Jurnal Studi Islam, Vol. 16, No.2, Agustus 2020, hlm. 367.

dalam jiwa setiap para pelaku bisnis. Hubungan antara pemilik bisnis dengan karyawan, pemilik bisnis dengan konsumen dan hubungan antara karyawan dengan konsumen harus didasari dengan sikap lemah lembut dan tidak kasar. Apabila kualitas pelayanan yang diberikan oleh pelaku bisnis tidak bersifat sopan santun maka pelaku bisnis akan menurunkan jumlah konsumen yang membeli.

### c. Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Pasuraman, dimensi kualitas pelayanan ada lima dimensi yaitu : *reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangibles*.

<sup>29</sup>Kelima dimensi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

#### 1) *Tangible* ( Bukti fisik)

Kemampuan perusahaan atau pelaku usaha dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak luar. Penampilan pengelola dan karyawan baik dari pakaian yang sopan dan sikap yang mempunyai etika. Allah SWT befirman dalam Q.S Al-A'raf ayat 26 :

يٰۤاٰدَمَ قَدْ اَنْزَلْنَا عَلٰيكَ لِبَاسًا يُؤَارِي سُوۡءَتَكَمۡ وَرِيۡشًا وَّلِبَاسًا التَّقْوٰى ذٰلِكَ خَيْرٌ ذٰلِكَ مِّنۡ اٰيَةِ اللّٰهِ  
لَعَلَّهُمْ يَذَّكَّرُوۡنَ

Artinya : “Wahai anak cucu Adam, sungguh Kami telah menurunkan kepadamu pakaian untuk menutupi auratmu dan bulu (sebagai bahan pakaian untuk menghias diri). (Akan tetapi,)”

---

<sup>29</sup> Untung Sriwidodo, Rully Tri Indriastuti, “Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa terhadap Kepuasan Nasabah”, Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan, Vol.10, No.2, Oktober 2010, hlm. 166.

*pakaian takwa itulah yang paling baik. Yang demikian itu merupakan sebagian tanda-tanda (kekuasaan) Allah agar mereka selalu ingat.” (Q.S Al-A’raf : 26)<sup>30</sup>*

Dalam ayat ini menjelaskan bahwa ketika kita melakukan pelayanan kepada konsumen harus memperlihatkan penampilan atau bukti fisik bisnis, baik itu dari pihak pengelola ataupun karyawan yang bekerja harus memperlihatkan penampilan yang baik dan juga beretika kepada konsumen yang datang.

## 2) *Empaty* ( Memahami keinginan konsumen)

Melakukan perhatian secara individual atau personal kepada pelanggan seperti kemudahan berkomunikasi yang baik dengan pelayan dan pelaku usaha untuk dapat memahami keinginan dan kebutuhan para konsumennya. Allah SWT berfirman dalam Q.S Al-Taubah ayat 128 yaitu:

لَقَدْ جَاءَكُمْ رَسُولٌ مِّنْ أَنفُسِكُمْ عَزِيزٌ عَلَيْهِ مَا عَنِتُّمْ حَرِيصٌ عَلَيْكُمْ بِالْمُؤْمِنِينَ رَءُوفٌ رَّحِيمٌ

Artinya : *“Sungguh, benar-benar telah datang kepadamu seorang rasul dari kaummu sendiri. Berat terasa olehnya penderitaan yang kamu alami, sangat menginginkan (keimanan dan keselamatan) bagimu, dan (bersikap) penyantun dan penyayang terhadap orang-orang mukmin.” (QS. Al-Taubah:128).<sup>31</sup>*

Dalam ayat ini menjelaskan bahwa prinsip *empaty* telah diimplementasikan oleh Nabi Muhammad Saw ketika melayani

<sup>30</sup> [Qur'an Kemenag](#) diakses pada tanggal 28 November 2023 pukul 23:36 WIB

<sup>31</sup> [Qur'an Kemenag](#) diakses pada tanggal 18 November 2023 pukul 23:47 WIB

umat muslimin<sup>32</sup> atau yang menjadi konsumennya. Ketika melayani konsumen harus bersikap penyantun dan penyayang karena hal itu merupakan cara untuk memenuhi apa keinginan dan kebutuhan konsumen.

### 3) *Responsiveness* (Ketanggapan dalam memberikan pelayanan)

Kemampuan untuk memberikan jasa dengan tanggap dan kesediaan penyedia jasa terutama sifatnya untuk dapat membantu pelanggan serta memberikan pelayanan yang tepat sesuai kebutuhan pelanggan. Dimensi *responsiveness* ini meliputi sikap penyedia jasa atau pelaku usaha yang perhatian, cepat dan tanggap dalam menerima permintaan pelanggan, baik itu pertanyaan, keluhan dan masalah yang dialami pelanggan. Allah SWT berfirman dalam Q.S Al-Baqarah ayat 148 yaitu :

وَلِكُلِّ وُجْهَةٍ هُوَ مَوْلِيهَا فَاسْتَبِقُوا الْحَيْرَاتِ إِنَّ مَا تَكُونُوا يَأْتِ بِكُمْ اللَّهُ جَمِيعًا إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ

Artinya : “Bagi setiap umat ada kiblat yang dia menghadap ke arahnya. Maka, berlomba-lombalah kamu dalam berbagai kebajikan. Di mana saja kamu berada, pasti Allah akan mengumpulkan kamu semuanya. Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu.” (QS. Al-Baqarah : 148).<sup>33</sup>

Dalam ayat ini menjelaskan tentang berlomba-lomba atau tanggap dalam beribadah atau melakukan kebaikan. Begitu

---

<sup>32</sup> Syaeful Rokim, Aceng Zakaria, Rumba Triana, “Nilai-nilai Kualitas Layanan dalam Al-Qur’an dan Hadits”, *International Conference on Islamic Studies (ICoIS)*, Vol. 3, No. 2, Desember 2022, hlm. 430.

<sup>33</sup> [Qur’an Kemenag](#) diakses pada tanggal 18 November 2023 pukul 16:12 WIB.

juga bagi para pelaku bisnis harus berlomba untuk memberikan pelayanan yang berkualitas diantaranya yaitu tanggap akan keluhan konsumennya.

#### 4) *Reliability* ( Keandalan atau kemampuan mewujudkan janji)

Kemampuan perusahaan atau pelaku usaha dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Allah Swt., berfirman dalam surat Al-Mulk ayat 2 yaitu :

الَّذِي خَلَقَ الْمَوْتَ وَالْحَيَاةَ لِيَبْلُوَكُمْ أَيُّكُمْ أَحْسَنُ عَمَلًا وَهُوَ الْعَزِيزُ الرَّحِيمُ<sup>34</sup>

Artinya : “yaitu yang menciptakan kematian dan kehidupan untuk menguji kamu, siapa di antara kamu yang lebih baik amalnya. Dia Maha Perkasa lagi Maha Pengampun.” ( QS. Al-Mulk : 2)<sup>34</sup>

Dalam ayat ini Allah Swt., memperhatikan tentang baik buruknya dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan Islam kepada konsumen yang datang. Jadi dalam ajaran agama Islam juga berpandangan bahwa kualitas lebih penting daripada kuantitas. Dalam ajaran agama Islam juga diajarkan bahwa kemampuan atau keandalan dalam setiap perbuatan contohnya bagi para pelaku usaha dalam mengaplikasikan kualitas pelayanannya.<sup>35</sup>

#### 5) *Assurance* ( Keyakinan atau kemampuan )

<sup>34</sup> [Qur'an Kemenag](#) diakses pada tanggal 18 November 2023 pukul 15:52 WIB.

<sup>35</sup> Syaeful Rokim, Aceng Zakaria, Rumba Triana, “Nilai-nilai Kualitas Layanan dalam Al-Qur'an dan Hadits”, *International Conference on Islamic Studies (ICoIS)*, Vol. 3, No. 2, Desember 2022, hlm. 425.

Kemampuan penyedia jasa atau pelaku usaha untuk menumbuhkan rasa percaya pelanggan bahwa perusahaan atau pelaku usaha dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Dimensi *assurance* ini meliputi pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat yang bisa dipercaya yang dimiliki oleh pelayan dari sebuah perusahaan atau pelaku usaha tersebut. Nabi Muhammad Saw bersabda :

إِنَّمَا بُعِثْتُ لِأَتَمِّمَ صَالِحَ الْأَخْلَاقِ.

Artinya : “Sesungguhnya aku hanyalah diutus untuk menyempurnakan akhlak yang luhur.” (HR. Ahmad).<sup>36</sup>

Dalam bertransaksi atau berinteraksi dengan umat Islam yang lain, prinsip *assurance* atau keyakinan dan kemampuan ini sangat perlu diimplementasikan. Pelaku usaha yang memberikan pelayanan yang berkualitas kepada konsumennya akan memberikan dampak yang positif bagi usaha tersebut karena telah memuliakan para konsumennya.

#### **d. Indikator Kualitas Pelayanan**

Kualitas Pelayanan dapat dilihat dari 5 dimensi dan indikatornya yaitu sebagai berikut :<sup>37</sup>

---

<sup>36</sup> *Ibid.*, hlm. 428.

<sup>37</sup> Muhammad Rizki Babari, Skripsi : “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan di Cijoho Indah Waterboom Singaparna Kabupaten Tasikmalaya”, hlm.15.

- 1) *Tangible* (bukti fisik), terdiri atas indikator :
  - a. Penampilan pelayan atau petugas dalam melayani pelanggan
  - b. Kenyamanan tempat melakukan pelayanan
  - c. Kemudahan proses pelayanan
  - d. Kedisiplinan pelayan/petugas dalam melakukan pelayanan
- 2) *Empathy* (empati), terdiri atas indikator :
  - a. Mendahulukan kepentingan atau keinginan pelanggan
  - b. Pelayan atau petugas melayani dengan sikap ramah dan sopan
  - c. Pelayan atau petugas melayani pelanggan dengan baik tanpa membedakan
  - d. Pelayan atau petugas melayani dan menghargai setiap pelanggan
- 3) *Responsiveness* (ketanggapan), terdiri atas indikator :
  - a. Merespon setiap pelanggan yang ingin mendapatkan pelayanan
  - b. Pelayan atau petugas melakukan pelayanan dengan cepat, tepat dan cermat.
  - c. Pelayan atau petugas melakukan pelayanan dengan waktu yang cepat
  - d. Semua keluhan atau komplain ditanggapi oleh pelayan atau petugas
- 4) *Reliability* (keandalan), terdiri atas indikator :
  - a. Kecermatan pelayan atau petugas dalam melayani pelanggan
  - b. Memiliki standar pelayanan yang jelas

- c. Kemampuan pelayan atau petugas dalam menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan
- 5) *Assurance* (jaminan), terdiri atas indikator :
- a. Pelayan atau petugas memberikan jaminan tepat waktu dalam pelayanan
  - b. Pelayan atau petugas memberikan jaminan biaya dalam pelayanan
  - c. Pelayan atau petugas memberikan jaminan legalitas dalam pelayanan
  - d. Pelayan atau petugas memberikan jaminan kepastian biaya dalam pelayanan

### **3. Pelayanan Pelanggan (*Customer Service*)**

#### **a. Pengertian Pelayanan Pelanggan (*Customer Service*)**

Pelayanan pelanggan (*Customer Service*) merupakan suatu proses kegiatan yang melibatkan interaksi langsung antara satu orang dengan orang lain untuk menjamin kepuasan pelanggan. Menurut Kotler dan Molan pengertian pelayanan pelanggan yaitu Tindakan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Di sisi lain dikaitkan suatu produk, pelayanan merupakan perilaku produsen yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan

konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen bahkan diharapkan melebihi harapan konsumen.<sup>38</sup>

Pelayanan pelanggan dapat diartikan juga untuk berfokus pada memenuhi segala kebutuhan dan keinginan pelanggan, ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Menurut Freddy Rangkuti pelayanan pelanggan atau *Customer Service* adalah untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.<sup>39</sup>

#### **b. Tugas dan Fungsi *Customer Service***

Dalam menjalankan fungsi dan tugasnya, seorang customer service harus benar-benar memahami sehingga dapat menjalankan tugasnya secara prima untuk menjaga citra perusahaan. Fungsi dan tugas ini harus dilaksanakan sebaik mungkin. Fungsi dan tugas customer service adalah sebagai berikut. :

##### **1. Sebagai Resepsionis**

Fungsi customer service sebagai penerima tamu yang datang ke perusahaan. Tamu disini bisa siapa saja, entah customer, calon customer, supplier, atau pihak-pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan. Customer Service harus bersikap ramah, sopan, dan menyenangkan. Dalam hal ini tugas Customer Service harus bersikap selalu memberi

---

<sup>38</sup> Basuki Sri Rahayu, Endang Saryanti, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Hubungan Pelanggan dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Nasabah", Jurnal ADVANCE, Vol.1, No. 2, Februari 2014, hlm.14.

<sup>39</sup> Rangkuti Freddy, *Customer Service Satisfaction & Call Center* (Jakarta : 2013 ), hlm.6.

perhatian, berbicara dengan suara lembut dan jelas. Penggunaan bahasa yang mudah dipahami serta mengucapkan salam “selamat pagi/siang/sore” sesuai dengan kondisi serta mengucapkan “terima kasih” pada akhir pembicaraan.

## 2. Sebagai Deskman

Sebagai Deskman, seorang customer service berfungsi sebagai orang yang melayani berbagai macam aplikasi (permohonan) yang di ajukan customer dan calon customer. Permohonann mulai mengisi formulir sampai dengan kelengkapan data yang dibutuhkan atau yang dipersyaratkan. Adapun tugas dari customer service antara lain memberikan informasi terhadap produk-produk perusahaan, menjawab pertanyaan pelanggan yang membutuhkan bantuan.

## 3. Sebagai Salesman

Sebagai Salesman, customer service merupakan seseorang yang menjual produk kepada customer dan calon customer. Dalam hal ini customer service harus dapat menjelaskan segala sesuatu yang berkaitan dengan produk. Tujuannya adalah customer tertarik dan pada akhirnya membeli. Tugas customer service sebagai salesman adalah menjual produk, melakukan cross selling, mengadakan pendekatan dan mencari customer, berusaha membujuk

customer yang baru dan berusaha mempertahankan customer yang lama, serta berusaha secara optimal dalam mengatasi setiap permasalahan yang dihadapi customer termasuk kritik dan saran.

#### 4. Sebagai Customer Relation Officer

Tugas yang terpenting adalah sebagai penghubung antara Customer Service berfungsi sebagai orang yang akan membina hubungan baik dengan seluruh customer, termasuk membujuk atau merayu agar pelanggan tetap bertahan. Tugas customer service adalah menjaga image atau citra perusahaan. Tugas detailnya adalah membina hubungan baik dengan seluruh customer, sehingga customer merasa senang, puas, dan semakin percaya kepada perusahaan-perusahaan dengan seluruh customer.

#### 5. Sebagai komunikator

Customer service merupakan penghubung antara perusahaan dan customer atau pihak lain yang berkepentingan dalam perusahaan. Sehingga fungsi dari customer service adalah menghubungi customer dan memberikan informasi tentang segala sesuatu yang ada hubungannya antara perusahaan dengan customer. Sebagai komunikator, tugas customer service adalah memberikan segala kemudahan-kemudahan kepada pelanggan. Disamping itu, juga sebagai

tempat menampung keluhan serta konsultasi berbagai hal yang ada kaitanya dengan produk atau perusahaan secara keseluruhan.<sup>40</sup>

## B. Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
1	Andhik Wahyu Kristianto	Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Mutu Pelayanan Di Retail X Surabaya Dengan Pendekatan Metode Service Quality Dan Quality	Meneliti tentang <i>Service Quality</i>	Objek dan metode penelitian	Hasil penelitian didapatkan bahwa di beberapa item memiliki tingkat kesesuaian rendah dan perlu segera adanya perbaikan. Pada dimensi kehandalan yang perlu diperbaiki yaitu kecepatan pelayanan dalam melayani konsumen. Pada dimensi bukti langsung yang perlu diperbaiki yaitu pegawai

<sup>40</sup> Vamelia Eka Agustin, "Peran Customer Service PT. Lotte Shopping Indonesia Store Semarang", (Universitas Semarang : 2023 ), Hlm. 10-11.

		Function Deployment			memakai seragam lengkap, bersih, dan rapi. Pada dimensi empati yang perlu diperbaiki yaitu keramahan dan kesopanan pelayan dalam melayani konsumen. Dan pada dimensi daya tanggap yang perlu diperbaiki yaitu kecepatan pelayanan.
2	Indika Latif <sup>41</sup>	Pengaruh Kualitas Sistem Informasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Efektivitas Pendapatan driver Gojek di Kota Sukabumi	Meneliti tentang kualitas pelayanan	Objek dan metode penelitian	Kualitas sistem informasi dan kualitas pelayanan berpengaruh dan signifikan terhadap pendapatan driver gojek di Kota Sukabumi secara simultan dengan uji F sebesar 206,484 dan signifikansi sebesar 0,000.

---

<sup>41</sup> Indika Latif, Skripsi : Pengaruh Kualitas Sistem Informasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Efektivitas Pendapatan Driver Gojek di Kota Sukabumi, (Sukabumi : Universitas Muhammadiyah Sukabumi, 2019), hlm.72.

3	Faris Abdurrachman Lating dan Rizki Zulfikar <sup>42</sup>	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli Ulang pada Pengunjung di The Bond's Café Setelah Pandemi Covid-19	Meneliti tentang kualitas pelayanan	Objek	Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang dan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang
4	Faisal Yusuf Saputra <sup>43</sup>	Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam terhadap Keuntungan Usaha Laundry di Kecamatan Tembalang	Meneliti tentang penerapan etika bisnis Islam	Objek dan metode penelitian	Keuntungan usaha <i>laundry</i> di Kecamatan Tembalang dipengaruhi oleh etika bisnis Islam sebesar 31,4% dan sisanya 68,6% oleh faktor lain. Menunjukkan etika bisnis Islam memberikan pengaruh terhadap keuntungan usaha <i>laundry</i> di Kecamatan Tembalang

<sup>42</sup> Faris Abdurrachman Lating, Rizki Zulfikar, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli Ulang pada Pengunjung di The Bond's Café Setelah Pandemi Covid-19", *Journal Of Economics, Management, Business, and Accounting*, Vol.3, No.1, Juni 2023, hlm.66.

<sup>43</sup> Faisal Yusuf Saputra, "Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam terhadap Keuntungan Usaha Pengusaha *Laundry* di Kecamatan Tembalang", hlm. 116.

5	Siti Nur Latifah <sup>44</sup>	Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Muhammad SAW terhadap <i>Customer Retention</i> dan Dampaknya terhadap Peningkatan Pendapatan Internal <i>Stakeholders</i> (Unit Usaha Penjualan dan Jasa Penggilingan Daging Pelita Jaya Jember)	Meneliti tentang Penerapan Etika Bisnis Islam	Objek dan metode penelitian	Etika bisnis Nabi Muhammad SAW berpengaruh pada semua variabel yaitu <i>Customer Retention</i> melalui Pendapatan <i>Internal Stakeholders</i> sebesar 0,395 yang berarti berpengaruh signifikan
---	--------------------------------	---	---	-----------------------------	--

### C. Kerangka Pemikiran

Dalam menjalankan bisnis perlu diperhatikan kualitas pelayanannya. Kualitas pelayanan merupakan aktivitas yang bisa memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sehingga bisa memberikan kenyamanan kepada konsumen dan dapat memberikan dampak positif kepada pelaku usaha yaitu di

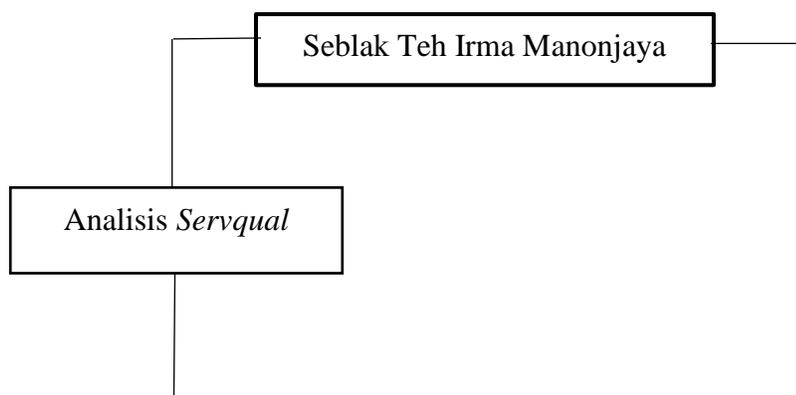
---

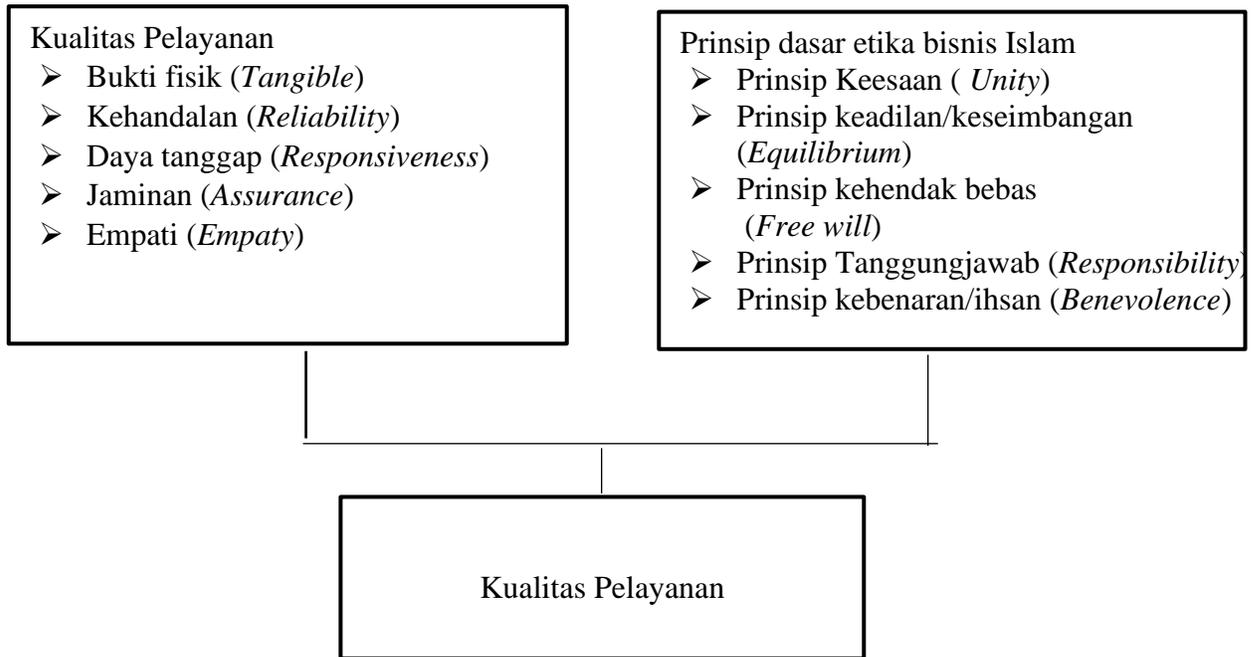
<sup>44</sup> Siti Nur Latifah, "Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Muhammad SAW terhadap *Customer Retention* dan Dampaknya terhadap Peningkatan Pendapatan Internal *Stakeholders* (Studi Kasus pada Unit Usaha Penjualan dan Jasa Penggilingan Daging Pelita Jaya Jember)", Jurnal Iqtishoduna, Vol. 8, No. 1, April 2019, hlm. 137.

Seblak Teh Irma. Etika bisnis Islam merupakan pedoman dalam menjalankan suatu bisnis yang sesuai dengan nilai Islam, sehingga ketika diaplikasikan mendapatkan keberkahan dari Allah SWT.

Dalam penelitian ini menggunakan analisis *servqual* untuk dapat melihat hasil nilai pelayanan di Seblak Teh Irma. Pelayanan yang berkualitas sangat penting bagi pelaku bisnis karena jika sebuah pelaku bisnis tidak memiliki pelayanan yang berkualitas, maka para pelanggan akan merasa kecewa dan tidak nyaman sehingga berdampak kepada berbagai aspek, diantaranya yaitu kehilangan konsumen dan reputasi buruk.

Penelitian ini menggunakan analisis *servqual* untuk mengukur kualitas pelayanan di Kedai Seblak Teh Irma. Melalui penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam diharapkan dapat meningkatkan kualitas pelayanan yang sesuai dengan nilai-nilai moral dan etika bisnis Islam. Dengan menggabungkan kualitas pelayanan dan prinsip etika bisnis islam. penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang komprehensif mengenai bagaimana kualitas pelayanan dapat ditingkatkan melalui prinsip etika bisnis Islam.





Gambar 2. 1

Kerangka Pemikiran