

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada saat ini bisnis telah menjadi sebuah aktivitas bagi kebanyakan orang. Bisnis selalu berpengaruh besar dalam kehidupan ekonomi, sosial dan politik sepanjang sejarah peradaban manusia. Hampir semua manusia terlibat dalam kegiatan bisnis. Keterlibatan umat islam dalam dunia bisnis telah diketahui sejak dulu, karena dakwah islam pertama kali masuk ke Indonesia dibawa dengan cara perdagangan, bahkan Rasulullah sendiri adalah seorang pelaku bisnis selama belasan tahun lamanya. Islam memang menganjurkan umatnya untuk melakukan kegiatan bisnis.

Banyak ayat Al-Qur'an maupun hadits yang menjelaskan tentang anjuran-anjuran untuk berbisnis. Salah satu ayat yang menjelaskan tentang anjuran dalam berbisnis yaitu pada surat Al-Jumu'ah ayat 10 yaitu:¹

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا
لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

*“Apabila salat (Jumat) telah dilaksanakan, bertebaranlah kamu di bumi, carilah karunia Allah, dan ingatlah Allah sebanyak-banyaknya agar kamu beruntung”.*²

¹ <https://quran.kemenag.go.id/index.php/sura/9/103> (diakses pada 31 Juli 2022, pukul 16:12)

² Quran Kemenag

Penjelasan ayat tentang anjuran untuk berbisnis diatas pada saat ini telah banyak diterapkan oleh masyarakat. Dimana saat ini bisnis menjadi fenomena yang marak dikalangan masyarakat. Maraknya berbagai jenis bisnis tersebut, kini juga telah merambah di Indonesia. *Coffee shop* (kedai kopi) adalah suatu tempat yang menyajikan olahan kopi *espresso* dan kudapan kecil atau juga merupakan tempat minum yang pengunjungnya dapat memesan minuman seperti kopi, teh, bir, dan kue-kue³. Seiring perkembangan zaman, *coffee shop* menyediakan makan kecil dan makanan berat. Bisnis *coffee shop* berbasis *franchise* sudah berkembang di Indonesia sejak tahun 2000-an dimana keberadaannya tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan fungsional namun juga mengarah pada kebutuhan emosional pelanggannya.

Budaya minum kopi di *coffee shop* telah menjadi bagian dari gaya hidup khas metropolitan, dimana masyarakat menghabiskan waktu yang cukup banyak untuk duduk dan minum kopi dengan berbagai tujuan seperti, membangun relasi pertemuan bersama klien atau bahkan bersantai bersama kerabat maupun keluarga. Hal tersebut tentu dapat menjadi sebuah *trend setter* yang potensial. Tidak harus menjadi penggemar berat kopi untuk bisa mengunjungi *coffee shop*, walaupun menyeduh kopi dapat dilakukan sendiri di rumah, namun duduk di *coffee shop* tentu akan memberikan suasana dan pengalaman yang berbeda. Selain dari variasi menu, kebutuhan untuk

³ *Pengertian Kedai Kopi*, diakses melalui, www.kbbi.web.id/kafe, pada tanggal 31 Juli 2022 pukul 15.00 WIB

bersosialisasi dapat menjadi alasan yang kuat mengapa begitu banyak orang menyukai *coffee shop*. Maka tak heran, puluhan *coffee shop* bermunculan di Kota Tasikmalaya sejak beberapa tahun belakangan ini. General Manager ABCD *School of Coffee*, Willyanto, mengatakan bahwa setiap tahun bisnis kopi akan terus berkembang. Apalagi para pelaku usaha kedai kopi ini juga mudah mendapatkan bahan baku. Mengingat Indonesia merupakan salah satu produsen kopi terbesar di dunia.⁴

Semakin maraknya *coffee shop* di penjuru kota, memaksa para pelaku bisnis untuk menyusun strategi untuk menghadapi persaingan. Banyaknya peminat berdampak pada intensitas persaingan yang semakin meningkat karena banyak *coffee shop* yang menawarkan produk-produk yang serupa di tempat yang sama. Mereka saling bersaing menciptakan keunggulannya masing-masing dan menciptakan perbedaan yang signifikan antara *coffee shop* mereka dengan yang lainnya agar konsumen bisa memilih atau membeli produk yang ditawarkan. Jadi, tidak hanya produk yang menjadi tujuan utama pelanggan, namun pengalaman dalam mendapatkannya, menikmati suasana tempatnya sampai pada setelah konsumen mengkonsumsi sebuah produk pun menjadi poin penting.

Adapun yang saya perhatikan adalah bagaimana kualitas pelayanan dan juga pemilihan tempat usaha sangat berpengaruh pada loyalitas pelanggan sehingga pemilik *caffè* dapat menghasilkan omset yang besar. Seperti

⁴ Industri Kafe Diprediksi Serap 25% Kopi Produksi Domestik Tahun Ini, diakses melalui <https://ekonomi.bisnis.com/read/20190822/12/1139864/industri-kafe-diprediksi-serap-25-kopi-produksi-domestik-tahun-ini>, pada tanggal 31 juli 2022 pukul 16:25 WIB

halnya yang tersebut diatas jelas sepaham dengan pendapat kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan segala sesuatu yang memfokuskan pada usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang disertai dengan ketepatan dalam menyampaikannya sehingga tercipta kesesuaian yang berimbang dengan harapan konsumen.⁵

Melihat uraian tersebut, satu lagi yang harus diperhatikan pelaku bisnis *caffe* seharusnya memiliki rancangan strategi yang tepat dalam mencapai tujuan mempertahankan pelanggan dan membuat mereka setia. Dengan persaingan yang semakin ketat, dimana semakin menjamurnya *caffe shop* lain yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, pengusaha *caffe* harus memikirkan keunikan atau ciri khas lokasi yang tepat serta dipadukan dengan kualitas pelayanan sehingga tujuan untuk membuat pelanggan loyal dapat terpenuhi. Faktor lokasi / tempat merupakan faktor yang menentukan keberhasilan suatu bisnis. Basu Swashta mengemukakan bahwa lokasi menunjukkan berbagai kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk menjadikan produknya dapat diperoleh dan tersedia bagi pelanggan. Selain itu lokasi suatu bisnis mempunyai efek signifikan terhadap biaya operasi perusahaan, harga produk atau jasa dan mempengaruhi daya saing perusahaan.⁶

Dalam agama islam, tatanan semua kehidupan sudah diatur dengan detail, begitupun dalam hal berbisnis. Islam mempunyai nilai nilai positif

⁵ Wiwik Sulistiyowati, *Buku Ajar Kualitas Layanan : Teori dan Aplikasinya*, (Sidoarjo : UMSIDA Press), 2018

⁶ Fifyanita Ghanimata, *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas, Produk Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian*, SKRIPSI, (Semarang : 2012)

yang terkandung dalam Etika bisnis islam yang artinya adalah akhlaq dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai nilai islam, sehingga dalam melaksanakan bisnis tidak perlu ada kekhawatiran karena sudah diyakini sebagai sesuatu yang benar. Bilamana sudah melakukan hal-hal yang sesuai dengan syariah islam.

Caffe Wartel adalah sebuah *caffe* yang beralamat di Jl. Cinehel Kp. Bobojong No. 009 Kota Tasikmalaya. Dikarenakan setiap hari ramai pengunjung maka terkadang pelanggan mengeluh akan pelayanan yang sedikit lambat dari keluhan pelanggan akan lambatnya pelayanan jika *caffe*, kendala lain yang dikeluhkan oleh pelanggan adalah tempat parkir motor yang belum ada tempat husus dimana tempat parkir motor hanya berjejer di samping jalan sering dilalui masyarakat sekitar sehingga membuat pelanggan agak kurang nyaman, setelah itu ada permasalahan lain yang dimiliki oleh *caffe* wartel yaitu belum tersedia toilet di *Caffe* Wartel, selain dari hal tadi masih ada hal yang menjadi kekurangan dari *caffe* wartel yaitu lokasi yang memang punya daya tarik tersendiri akan tetapi disamping itu lokasi nya berbaur dengan masyarakat sehingga terkadang ada teguran dari warga bilamana terganggu oleh pelanggan *caffe* wartel, dan permasalahan lain yaitu tata letak duduk pelanggan yang dirasa terlalu dekat dengan rel kereta api dimana hanya berjarak kurang lebih dua meter sehingga ada unsur kecemasan didalam nya misal ada batu yang terlempar oleh kereta yang dapat menimbulkan bahaya cedera pada pelanggan dan kemungkinan terburuk yaitu kereta api anjlok pada tempat duduk pelanggan. Dalam hal

ini kendala yang muncul tersebut tentunya berkaitan dengan kualitas pelayanan yang nantinya mungkin akan berpengaruh pada *caffè* tersebut. Itulah informasi yang penulis peroleh dari penelitian awal.⁷

Dengan hal tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dari masalah tersebut dan peneliti akan mengangkat masalah ini dengan judul "**ANALISIS PENERAPAN KUALITAS PELAYANAN DAN PEMILIHAN TEMPAT USAHA MENURUT PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM DI CAFFÈ WARTEL**".

B. Rumusan Masalah

Dengan latar belakang di atas maka muncul rumusan masalah yaitu “Bagaimana penerapan kualitas pelayanan dan pemilihan tempat usaha menurut perspektif etika bisnis islam di *Café Wartel*?”

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk “Mengetahui penerapan kualitas pelayanan dan pemilihan tempat usaha menurut perspektif etika bisnis islam di *café wartel*.”

D. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini, yaitu :

1. Akademisi :

Penelitian tentang analisis penerapan kualitas pelayanan dan pemilihan tempat usaha menurut perspektif etika bisnis islam di *café*

⁷ Saudara Opik Taopik *Hasil Wawancara Awal dengan Pihak Café Wartel*, (di *Café Wartel* pada tanggal 5 Juli 2022 Pukul 10:00)

wartel ini memberikan kajian yang menarik dan keilmuan bagi para pembaca khususnya mahasiswa dan mahasiswi Ekonomi Syariah.

2. Praktisi :

Penelitian tentang Analisis penerapan kualitas pelayanan dan pemilihan tempat usaha menurut perspektif etika bisnis islam di café wartel ini diharapkan dapat mengembangkan wawasan dan memberikan motivasi bagi para praktisi terhadap etika bisnis islam.

Adapun secara praktis Analisis penerapan kualitas pelayanan dan pemilihan tempat usaha menurut perspektif etika bisnis islam di café wartel Penelitian tentang ini diharapkan berguna bagi :

a. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebuah wawasan baru bagi penulis mengenai Analisis penerapan kualitas pelayanan dan pemilihan tempat usaha menurut perspektif etika bisnis islam di café wartel.

b. Bagi Lembaga

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan saran maupun informasi tambahan kepada pihak pengelola cafe khususnya di café wartel Kota Tasikmalaya tentang Analisis penerapan kualitas pelayanan dan pemilihan tempat usaha menurut perspektif etika bisnis islam di café wartel.

c. Bagi Umum

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pengetahuan tambahan masyarakat dan pembaca untuk mengetahui tentang Analisis penerapan

kualitas pelayanan dan pemilihan tempat usaha menurut perspektif etika bisnis islam di café wartel. Agar dapat meningkatkan pemahaman serta kesadaran masyarakat dalam penerapan kualitas pelayanan dan pemilihan tempat usaha menurut perspektif etika bisnis.