

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Kualitas Pelayanan

a. Definisi Kualitas Pelayanan

Menurut kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) pelayanan adalah membantu menyiapkan (mengurus) apa-apa yang diperlukan seseorang.⁸

Definisi pelayanan menurut Gronroos, yaitu: “Pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara pelanggan dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan pelanggan”⁹

Menurut Kotler dan Armstrong kualitas pelayanan merupakan keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik dari produk atau jasa

⁸ Kamus Besar Indonesia (KBBI) Kamus versi online/daring (dalam jaringan) dikutip dari <https://kbbi.web.id/layan>, pada hari minggu 31 Juli 2022, Pukul 17:28 WIB

⁹ Ratminto dan Atik Septi Winarsih, *Manajemen Pelayanan: Pengembangan Model Konseptual, Penerapan Citizen's Charter dan Standar Pelayanan Minimal*, cet. VII, (Yogyakarta, Pustaka Belajar, 2010)

yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung.¹⁰

Layanan Prima adalah pelayanan yang memiliki ciri khas kualitas (*quality nice*). Ciri khas kualitas yang baik meliputi kemudahan, kecepatan, ketepatan, kehandalan dan *emphaty* dari petugas pelayanan dalam pemberian dan penyampaian pelayanan kepada pelanggan yang berkesan kuat yang dapat langsung dirasakan pelanggan waktu itu dan saat itu juga.¹¹

b. Kualitas Pelayanan Menurut Perspektif Islam

Dalam ekonomi konvensional, pilihan didasarkan atas selera pribadi masing-masing. Manusia boleh mempertimbangkan tuntunan agama, boleh juga mengabaikan. Sedangkan dalam ekonomi Islam, keputusan pilihan ini tidak dapat dilakukan semaunya saja, semua perilaku harus dipandu oleh Allah lewat Al- Qur'an dan Hadis. Fasilitas dalam Islam dan konvensional juga tidak mengalami perbedaan yang signifikan, perbedaannya hanya terletak pada proses penggunaannya yang mana ketika pelaku bisnis memberikan pelayanan dalam bentuk fisik hendaknya tidak menonjolkan kemewahan.

¹⁰ Meithiana Indrasari, *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*, (Surabaya: Unitomo Press, 2019), hlm. 58-61.

¹¹ Nina Rahmayanty, *Manajemen Pelayanan Prima*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), hlm. 18. Hlm. 257

Fasilitas yang diberikan dalam melakukan pelayanan akan terlihat semu tanpa adanya *reliability* (kehandalan) dari pelaku bisnis. Kehandalan dalam pelayanan dapat dilihat dari ketepatan dalam memenuhi janji secara akurat dan terpercaya. Allah sangat menganjurkan setiap umatnya untuk selalu menepati janji yang telah ditetapkan seperti dijelaskan dalam Al Qur'an surat An-Nahl ayat 91, yaitu:

وَأَوْفُوا بِعَهْدِ اللَّهِ إِذَا عَاهَدْتُمْ وَلَا تَنْفُتُوا الْإِيمَانَ بَعْدَ تَوْكِيدِهَا وَقَدْ جَعَلْتُمُ اللَّهَ عَلَيْكُمْ كَفِيلًا إِنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ مَا تَفْعَلُونَ

Artinya: “Dan tepatilah perjanjian dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu membatalkan sumpah-sumpah(mu) itu, sesudah meneguhkannya, sedang kamu telah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpah-sumpahmu itu). Sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat.” (Q.S An-Nahl 91)¹²

Ayat diatas menjelaskan bahwa setiap manusia diwajibkan menepati janji yang telah ditetapkan, demikian juga dengan pelaku bisnis baik janji yang ditetapkan secara langsung maupun janji- janji dalam bentuk promosi, semuanya harus ditepati dan sesuai dengan kenyataan. Penawaran ketika promosi atau iklan yang tidak sesuai dengan kenyataan berarti telah mengingkari janji yang ditetapkan dan hal ini telah mengandung unsur penipuan yang akan merugikan pelanggan. Pelanggan lebih loyal pada perusahaan yang selalu menepati janji daripada perusahaan yang banyak menawarkan promosi mewah

¹² Quran Kemenag

tapi tidak sesuai dengan kenyataan. Kualitas pelayanan juga dapat dilihat dari *responsiveness* (daya tanggap) karyawan, yang mana karyawan memiliki kemauan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan. Memberikan pelayanan dengan cepat dan tepat menunjukkan pelaku bisnis yang profesional. Indikator Kualitas pelayanan

Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry, terdapat lima dimensi utama yang disusun sesuai dengan urutan tingkat kepentingan relatifnya sebagai berikut:

a. *Tangible* (Bukti Fisik)

Berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan.

Islam memandang, dalam melayani pelayanan berbasis operasional, perusahaan harus memperhatikan sisi penampilan fisik. Penampilan yang diharuskan adalah seperti para pengelola maupun karyawan nya dalam hal berbusana yang santun, beretika, dan syar'i. Hal ini sebagaimana yang telah Allah SWT Firmankan dalam Q.S Al-A'raf ayat 26 yang berbunyi :

يٰۤاٰدَمُ قَدْ اَنْزَلْنَا عَلَيْكَ لِبَاسًا يُّوَارِيْ سَوْءَاتِكُمْ وَرِيْثًا وَّلِبَاسًا تَقْوٰى ذٰلِكَ خَيْرٌ ذٰلِكَ
مِّنْ اٰيٰتِ اللّٰهِ لَعَلَّهُمْ يَذَّكَّرُوْنَ

Artinya: “Hai anak Adam, Sesungguhnya Kami telah menurunkan kepadamu pakaian untuk menutup auratmu dan pakaian indah untuk perhiasan. dan pakaian takwa Itulah yang paling baik. yang demikian

*itu adalah sebahagian dari tanda-tanda kekuasaan Allah, Mudah-mudahan mereka selalu ingat”.*¹³

b. Reability (Kehandalan)

Berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.

Sedangkan menurut islam Sebagai seorang muslim, telah ada contoh teladan yang tentunya bisa dijadikan pedoman dalam menjalankan aktifitas perniagaan atau muamalah. Allah SWT telah berfirman dalam Q.S Al-Ahzab ayat 21 yang berbunyi :

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا¹³

Artinya : “*Sesungguhnya telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan Dia banyak menyebut Allah*”.

c. Responsiveness (Daya Tanggap)

Berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.

Dalam Islam kita harus menempati komitmen seiring dengan profesi yang dilakukan oleh perusahaan. Apabila perusahaan tidak

¹³ Departemen Agama RI, Op cit, h. 224

dapat menepatkan komitmen dalam memberikan pelayanan yang baik, maka resiko yang akan terjadi yaitu ditinggalkan oleh pelanggan, serta dalam melakukan atau menunaikan pekerjaan harus dilandasi dengan sikap profesionalisme. Hal ini sejalan dengan firman Allah SWT dalam Q.S Alam-Nasyrah 7 yang berbunyi:

فَإِذَا فَرَغْتَ فَانصَبْ

Artinya: *"Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain"*.

d. *Assurance* (Jaminan)

Yakni perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bias menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan.¹⁴

Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi dan sopan santun dalam memberikan pelayanan kepada konsumen hendaklah selalu memperhatikan etika berkomunikasi supaya tidak melakukan manipulasi pada waktu menawarkan produk maupun berbicara dengan kebohongan sehingga perusahaan tetap mendapatkan kepercayaan dari

¹⁴ Fathira Virdha Noor, Pengaruh Kualitas Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Herba Penawal AI – Wahida (Studi Pada Alfatih Business Center II HPAI Kota Bengkulu), SKRIPSI, (Bengkulu : 2020)

nasabah dan yang penting adalah tidak melanggar syariat dalam bermuamalah. Allah SWT telah mengingatkan tentang etika berdagang sebagaimana yang termasuk dalam Q.S Asy-Syu'araa' ayat 181-182 yang berbunyi:

أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ ۝

وَزِنُوا بِالْقِسْطِ أَلْمُسْتَقِيمِ

Artinya: “Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu Termasuk orang-orang yang merugikan dan timbanglah dengan timbangan yang lurus”.

e. *Emphaty* (Empati)

Berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.

Perhatian yang diberikan perusahaan kepada konsumen haruslah dilandasi dengan aspek keimanan dalam rangka mengikuti seruan Allah SWT untuk selalu berbuat baik kepada orang lain. Allah SWT telah berfirman dalam Q.S An-Nahl ayat 90 yang berbunyi :

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَاءِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ

Artinya : “Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) Berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran”.

2. Pemilihan Tempat/Lokasi

a. Definisi Lokasi Usaha

Lokasi merupakan tempat melayani konsumen, dapat pula diartikan sebagai tempat untuk memajangkan barang-barang dagangannya. Konsumen dapat melihat langsung barang yang diproduksi atau yang di jual baik jenis, jumlah, maupun harganya. Dengan demikian, konsumen dapat lebih mudah memilih dan bertransaksi atau melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan secara langsung.¹⁵

Lokasi usaha merupakan pemacu biaya yang begitu signifikan, lokasi usaha sepenuhnya memiliki kekuatan untuk membuat (atau menghancurkan) strategi bisnis sebuah usaha. Pada saat pemilik usaha telah memutuskan lokasi usahanya dan beroperasi di satu lokasi tertentu, banyak biaya akan menjadi tetap dan sulit untuk dikurangi. Pemilihan lokasi usaha mempertimbangkan antara strategi pemasaran jasa dan preferensi pemilik. Kedekatan dengan pasar memungkinkan sebuah organisasi memberikan pelayanan yang lebih baik kepada pelanggan, dan sering menghemat biaya pengiriman. Berdasarkan kedua keuntungan tersebut, memberikan layanan yang lebih baik biasanya adalah lebih penting.¹⁶

¹⁵ Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT Rajawali Pers, 2011), hlm. 140.

¹⁶ Harding, A. *Manajemen Produksi*, (Jakarta: Balai Aksara, 2002), hlm. 67.

b. Faktor – Faktor Pertimbangan dalam Pemilihan Lokasi Usaha

Pemilihan lokasi usaha merupakan hal yang paling penting ketika akan membuka suatu usaha. Berikut beberapa faktor yang menjadi pertimbangan dalam pemilihan lokasi usaha, sebagai berikut ¹⁷:

- 1) Akses, misalnya lokasi yang mudah dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi.
- 2) *Visibilitas* (penerangan), misalnya yang dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan.
- 3) Lalu lintas (*traffic*), di mana ada dua hal yang perlu dipertimbangkan, yaitu : Banyaknya orang yang lalu lalang bisa memberikan besar terjadinya *impulse buying*, dan Kepadatan dan kemacetan lalu lintas bisa pula menjadi hambatan, misalnya terhadap pelayanan kepolisian, pemadam kebakaran, dan ambulance.
- 4) Tempat parkir yang luas dan aman. Parkir kendaraan merupakan kebutuhan yang sangat penting. Kenyamanan berbelanja sangat ditentukan oleh rasa aman pembeli terhadap parkir kendaraan. Apabila pelanggan tidak menemukan tempat parkir yang aman dan nyaman. Mereka kemungkinan tidak akan singgah pada lokasi tersebut.

¹⁷ Ratih Huriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, (Bandung: Alfabeta, 2005), hlm. 55.

- 5) *Ekspansi*, yaitu tersedianya tempat yang cukup luas untuk perluasan usaha dikemudian hari.
- 6) Tren populasi dan mutu kehidupan. Pengusaha harus mengetahui situasi dan kondisi suatu daerah dan orang yang tinggal pada daerah tersebut. Dibutuhkan analisa populasi dan data demografis agar dapat mengetahui situasi lokasi, daerah yang akan dipilih secara rinci. Analisa tren suatu warga seperti: ukuran dan kepadatan populasi, jumlah dan ukuran keluarga, tingkat pendapatan, pendidikan, ras, agama, tren pertumbuhan akan memberikan fakta guna penentuan lokasi usaha.
- 7) Peraturan daerah dan iklim bisnis, pengusaha harus mengetahui iklim bisnis pada lokasi yang akan dipilih. Apakah ada peraturan pemerintah yang menguntungkan. Apakah ada keleluasaan yang diberikan pemerintah daerah, apakah trend bisnis yang akan ditawarkan dapat diterima masyarakat.
- 8) Jasa publik, apakah lokasi yang akan dipilih memiliki jasa-jasa publik yang nanti akan menurunkan biaya. Lokasi sebaiknya dilengkapi dengan jasa-jasa publik seperti: pembuangan sampah, saluran air bersih, listrik, telepon dan sejenisnya.
- 9) Reputasi lokasi, suatu daerah dengan komunitas tertentu memiliki karekteristik yang mungkin berbeda dengan daerah lain. Suatu daerah mungkin memiliki reputasi baik adakalanya suatu daerah memiliki reputasi kurang baik dalam beberapa hal, seperti:

keamanan, tanggapan masyarakat, ras dan agama. Tempat dimana bisnis memiliki kecenderungan selalu gagal akan membuat reputasi daerah tersebut kurang baik dan memiliki pengaruh terhadap pemilihan lokasi.

Untuk mendapatkan lokasi yang tepat sehingga memberikan keuntungan bagi perusahaan, diperlukan mencari lokasi yang mana akan mempermudah dalam semua kegiatan usahanya sehingga diperlukan faktor-faktor untuk menentukan lokasi usaha. Terdapat 5 faktor dalam menentukan lokasi yang tepat dan juga baik, yaitu:

- 1) Kemudahan dalam Mencapai Konsumen, Mayoritas konsumen tidak berkeinginan melakukan perjalanan jauh untuk berbelanja, sehingga kebanyakan konsumen akan berbelanja dimana tempat yang mudah dijangkau dan juga tidak terlalu jauh.
- 2) Kondisi Lingkungan Bisnis, Pengusaha harus memperhatikan lokasi bisnisnya, dengan melihat apa yang dibutuhkan di lingkungan sekitar. Bisnis berskala kecil dipengaruhi oleh sejumlah cara dari lingkungan tempat bbisnis tersebut beroperasi. Kondisi lingkungan dapat menghalangi atau melancarkan keberhasilan suatu usaha.
- 3) Tersedianya Sumber Daya, Tersedianya sumber daya yang berhubungan dengan barang dan pengoperasian bisnis juga harus dipertimbangkan dalam memilih lokasi bisnis. Pengusaha harus mempertimbangkan beberapa faktor, yaitu: Kedekatan dengan

bahan mentah, Kesesuaian persediaan tenaga kerja, Tersedianya sarana transportasi.

- 4) Pilihan Pribadi Wirausaha, Dalam memilih lokasi perusahaan juga biasanya mempertimbangkan komunitas disekitarnya yaitu dimana tempat pengusaha tinggal.
- 5) Tersedianya lokasi dan biaya, Perusahaan dalam menentukan lokasi dapat dikarenakan fasilitas yang di dapatkan dari lokasi tersebut serta dengan melihat biaya-biaya yang harus dikeluarkan, sehingga hal ini menjadi bahan pertimbangan pengusaha untuk menentukan usahanya.

c. Tahapan Pemilihan Lokasi

Terdapat 3 tahapan pemilihan lokasi, diantaranya:

- 1) Tahap pertama: melihat kemungkinan daerah mana yang akan dijadikan sebagai lokasi usaha dengan mempertimbangkan ketentuan pemerintah, jenis proses produksi/ jasa ini akan menentukan spesifikasi usaha yang berhubungan dengan buruh/ tenaga kerja, pengangkutan, dan lain-lain.
- 2) Tahap kedua: memerhatikan pengalaman dari usaha orang lain atau pengalaman sendiri, didasari pada jenis barang yang dihasilkan dan proses produksinya karena keduanya akan berpengaruh pada sarana angkutan, pasar, listrik, air, telepon, dan faktor lainnya yang dianggap penting.

- 3) Tahap ketiga: mempertimbangkan dan menilai dampak sosial, atau dukungan dari masyarakat disekitar lokasi. Penilaian ini di dapat dengan melakukan survei langsung ke lapangan. Dari ketiga tahap inilah dianalisis dan dipertimbangkan apakah suatu usaha layak didirikan pada lokasi atau wilayah tersebut.

d. Dampak Pemilihan Lokasi

Pemilihan lokasi usaha yang strategis menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kesuksesan dari sebuah usaha. Semakin strategis lokasi usaha yang dipilih, semakin tinggi pula tingkat penjualan dan berpengaruh terhadap kesuksesan sebuah usaha. Begitu juga sebaliknya, jika lokasi usaha yang dipilih tidak strategis maka penjualan tidak terlalu bagus yang berakibat pada pendapatan yang menurun.

Pentingnya keputusan akan lokasi usaha ditentukan oleh biaya dan ketidak mungkinan menaikkan taruhan dan menjalankan bisnis yang telah dilakukan, jika pemilihan lokasi tersebut tidak strategis, bisnis mungkin tidak akan pernah berkembang, bahkan dengan pendanaan yang mencukupi dan kemampuan manajerial yang lebih baik¹⁸. Penentuan lokasi yang tepat akan memberikan berbagai keuntungan bagi perusahaan, baik dari segi finansial maupun non finansial, keuntungan tersebut antara lain adalah:

¹⁸ Kasmir dan Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Jakarta: Kencana, 2006), hlm. 223.

- 1) Pelayanan yang diberikan kepada konsumen dapat lebih memuaskan.
- 2) Kemudahan dalam memperoleh tenaga kerja yang diinginkan baik jumlah maupun kualifikasinya.
- 3) Kemudahan dalam memperoleh bahan baku atau bahan penolong dalam jumlah yang diinginkan secara terus menerus.
- 4) Kemudahan untuk memperluas lokasi usaha, karena biasanya sudah diperhitungkan untuk perluasan lokasi usaha sewaktu-waktu.
- 5) Memiliki nilai atau harga ekonomis yang lebih tinggi di masa yang akan datang.
- 6) Meminimalkan terjadinya konflik, terutama dengan masyarakat dan pemerintah setempat.

e. *Hifdzun an-Nafs*

Hifdzun an-Nafs yaitu memelihara jiwa. *An-nafs* dalam khasanah Islam memiliki banyak pengertian, *an-nafs* dapat berarti jiwa, nyawa dan lain-lain. Semua potensi yang terdapat pada *nafs* bersifat potensial tetapi dapat aktual jika manusia mengupayakan. Setiap komponen yang ada memiliki daya-daya laten yang dapat menggerakkan tingkah laku manusia. Aktualisasi *an-nafs*

membentuk kepribadian, yang perkembangannya dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal.¹⁹

Jaminan keselamatan jiwa (al-Muhafadzah ala an-Nafs) ialah jaminan keselamatan atas hak hidup yang terhormat dan mulia. Termasuk dalam cakupan pengertian umum dari jaminan ini, ialah: jaminan keselamatan nyawa, anggota badan dan terjaminnya kehormatan kemanusiaan. Mengenai yang terahir ini, meliputi keterbatasan memilih profesi, kebebasan berfikir atau mengeluarkan pendapat, kebebasan berbicara, kebebasan memilih tempat tinggal dan lain sebagainya.²⁰

Memelihara jiwa berdasarkan peringkat kepentingannya dapat dibedakan menjadi tiga perangkat:

1. Memelihara jiwa dalam tingkat daruriyat seperti memenuhi kebutuhan pokok berupa makanan untuk mempertahankan hidup. Kalau kebutuhan ini tidak terpenuhi, maka akan mengakibatkan terancamnya jiwa manusia.
2. Memelihara jiwa dalam tingkat hajiyat seperti dibolehkannya berburu dan menikmati makanan dan minuman yang lezat. Kalau kegiatan ini diabaikan maka

¹⁹ Abdul Mujib, Yusuf Mudzakir, Nuansa-nuansa Psikologi Islam, (PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2003), hlm. 46

²⁰ Prof. Muhammad Abu Zahrah, Ushul Fiqh, (Jakarta: PT. PUSTAKA FIRDAUS, 2010), hlm. 425.

tidak akan mengancam eksistensi manusia melainkan hanya akan mempersulit hidupnya saja.

3. Memelihara jiwa dalam tingkat tahniyyat seperti ditetapkannya tata cara makan dan minum. Hal ini, hanya berhubungan dengan masalah kesopanan dan sama sekali tidak akan mengancam jiwa manusia manapun mempersulit kehidupan manusia.³ Untuk memelihara jiwa Allah melarang segala perbuatan yang akan merusak jiwa, seperti pembunuhan orang lain, atau terhadap diri sendiri, dan diisyaratkan hukum qisas bagi pelaku pembunuhan, tindak makar, dan lain sebagainya.²¹

Untuk memelihara jiwa Allah melarang segala perbuatan yang akan merusak jiwa, seperti pembunuhan orang lain, atau terhadap diri sendiri, dan diisyaratkan hukum qisas bagi pelaku pembunuhan, tindak makar, dan lain sebagainya.²²

3. Etika Bisnis Islam

a. Pengertian Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam adalah akhlak dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam, sehingga dalam melaksanakan bisnisnya tidak perlu ada kekhawatiran, sebab sudah diyakini sebagai sesuatu

²¹ Dr. H. Sapiudin Shidiq, M.A, Ushul Fiqh, (Jakarta: Kharisma Putra Utama, 2011), hlm. 228.

²² Prof. Dr. H. Alaidin Koto, M.A, Ilmu Fiqh dan Ushul Fiqh, (Jakarta: PT. RAJAGRAFINDO PERSADA, 2004), hlm. 123

yang baik dan benar. Nilai etik, moral, susila atau akhlak adalah nilai-nilai yang mendorong manusia menjadi pribadi yang utuh. Seperti kejujuran, kebenaran, keadilan, kemerdekaan, kebahagiaan dan cinta kasih. Apabila nilai etik ini dilaksanakan akan menyempurnakan hakikat manusia seutuhnya. Setiap orang boleh punya seperangkat pengetahuan tentang nilai, tetapi pengetahuan yang mengarahkan dan mengendalikan perilaku orang Islam hanya ada dua yaitu Al-Quran dan hadis sebagai sumber segala nilai dan pedoman dalam setiap sendi kehidupan, termasuk dalam bisnis.²³

b. Fungsi Etika Bisnis Islam

Pada dasarnya terdapat fungsi khusus yang diemban oleh etika bisnis Islami. Dijelaskan sebagai berikut :²⁴

- 1) Etika bisnis berupaya mencari cara untuk menyelaraskan dan menyasikan berbagai kepentingan dalam dunia bisnis.
- 2) Etika bisnis juga mempunyai peran untuk senantiasa melakukan perubahan kesadaran bagi masyarakat tentang bisnis, terutama bisnis Islami. Dan caranya biasanya dengan memberikan suatu pemahaman serta cara pandang baru tentang bisnis dengan menggunakan landasan nilai-nilai *moralitas* dan *spiritualitas*, yang kemudian terangkum dalam suatu bentuk bernama etika

²³ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis*, (Jakarta: Penebar Plus, 2012), hlm. 29.

²⁴ Novita Sa'adatul Hidayah, "Persaingan Bisnis Pedagang Pasar Ganefo Mranggen Demak Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam", (Skripsi, UIN Walisongo, Semarang, 2015), hlm. 39.

bisnis.

- 3) Etika bisnis terutama etika bisnis Islami juga bisa berperan memberikan satu solusi terhadap berbagai persoalan bisnis modern ini yang kian jauh dari nilai-nilai etika. Dalam arti bahwa bisnis yang beretika harus benar-benar merujuk pada sumber utamanya yaitu Al-Quran dan Sunnah.

c. Aksioma Dasar Etika Bisnis Islam

Sejumlah aksioma dasar etika bisnis Islam tersebut sudah menjadi umum dan jelas kebenarannya, serta sudah dikembangkan dan dirumuskan oleh para sarjana muslim. Aksioma-aksioma ini merupakan turunan dari hasil penerjemahan kontemporer akan konsep-konsep fundamental dari nilai moral Islami. Penjelasan aksioma-aksioma tersebut adalah sebagai berikut ²⁵:

1. Kesatuan (*Tauhid/Unity*)

Konsep ini dimaksudkan bahwa sumber utama etika Islam adalah kepercayaan total dan murni terhadap kesatuan (keesaan) Tuhan. Konsep tauhid merupakan dimensi vertical Islam yang berarti Allah sebagai Tuhan Yang Maha Esa menetapkan batas-batas tertentu atas perilaku manusia sebagai khalifah, untuk memberikan manfaat pada individu tanpa mengorbankan hak-hak individu lainnya. Hubungan *vertical* ini merupakan wujud

²⁵ Erly Yuliani, Etika Bisnis dalam Perspektif Islam, *Jurnal Ummul Quro*, Vol. VII, 2016

penyerahan diri manusia secara penuh tanpa syarat di hadapan Tuhan, dengan menjadikan keinginan, ambisi, serta perbuatannya tunduk pada titah-Nya. Oleh karena itu tauhid merupakan dasar dan sekaligus motivasi untuk menjamin kelangsungan hidup, kecukupan, kekuasaan, dan kehormatan manusia yang telah didesain Allah menjadi makhluk yang dimuliakan.

2. Keseimbangan (Keadilan/*Equilibrium*)

Dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali kepada pihak yang tidak disukai. Islam mengharuskan penganutnya untuk berlaku adil dan berbuat kebajikan. Dan bahkan berlaku adil harus didahulukan dari kebajikan dalam perniagaan, persyaratan adil yang paling mendasar adalah agar pengusaha Muslim menyempurnakan takaran bila menakar dan menimbang dengan alat timbangan yang benar, karena hal itu merupakan perilaku terbaik yang akan mendekatkan pada ketakwaan.

3. Kehendak Bebas (*Ikhtiar/ Free Will*)

Dalam pandangan Islam, manusia memiliki kebebasan untuk mengambil semua tindakan yang diperlukan untuk memperoleh kemashlahah-an yang tertinggi dari sumber daya yang ada pada kekuasaannya untuk dikelola dan dimanfaatkan untuk mencapai kesejahteraan hidup, namun kebebasan dalam Islam dibatasi

oleh nilai- nilai Islam. Dengan tanpa mengabaikan kenyataan bahwa ia sepenuhnya dituntun oleh hukum yang diciptakan Allah SWT, ia diberikan kemampuan untuk berfikir dan membuat keputusan, untuk memilih jalan hidup yang ia inginkan, dan yang paling penting, untuk bertindak berdasarkan aturan apapun yang ia pilih. Tidak seperti halnya ciptaan Allah SWT yang lain di alam semesta, ia dapat memilih perilaku etis maupun tidak etis yang akan ia jalankan.

4. Pertanggung Jawaban (*Responsibility*)

Islam sangat menekankan pada konsep tanggung jawab, walaupun tidaklah berarti mengabaikan kebebasan individu. Ini berarti bahwa yang dikehendaki ajaran Islam adalah kehendak yang bertanggung jawab. Manusia harus berani mempertanggungjawabkan segala pilihannya tidak saja di hadapan manusia bahkan paling penting adalah kelak di hadapan Tuhan. Tanggung jawab muslim yang sempurna tentu saja didasarkan atas cakupan kebebasan yang luas, yang dimulai dari kebebasan untuk memilih keyakinan dan berakhir dengan keputusan yang paling tegas yang perlu diambilnya.

Dalam dunia bisnis hal semacam itu juga sangat berlaku. Setelah melaksanakan segala aktifitas bisnis dengan berbagai bentuk kebebasan, bukan berarti semuanya selesai saat tujuan yang dikehendaki tercapai, atau ketika sudah mendapatkan

keuntungan. Semua itu perlu adanya pertanggung jawaban atas apa yang telah pebisnis lakukan, baik itu pertanggung jawaban ketika ia bertransaksi, memproduksi barang, menjual barang, melakukan jual beli, melakukan perjanjian dan lain sebagainya.

5. Ihsan (*Benevolence*)

Artinya melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan kemanfaatan kepada orang lain, tanpa adanya kewajiban tertentu yang mengharuskan perbuatan tersebut atau dengan kata lain beribadah, dan berbuat baik seakan-akan melihat Allah, jika tidak mampu, maka yakinlah bahwa Allah melihat apa yang kita perbuat. Dalam sebuah kerjaan bisnis Ahmad menggarisbawahi sejumlah perbuatan yang dapat mensupport pelaksanaan aksioma ihsan dalam bisnis, yaitu :

- 1) Kemurahan hati (*leniency*)
- 2) Motif pelayanan (*Service motive*)
- 3) Kesadaran akan adanya Allah dan aturan yang berkaitan dengan pelaksanaan yang menjadi prioritas

B. Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1. Penelitian Terdahulu

NO.	Nama Peneliti dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Sundari (2017) “Pengaruh lokasi usaha dan jam kerja terhadap tingkat pendapatan pedagang dalam perspektif ekonomi islam” ²⁶	Pengaruh lokasi usaha dan jam kerja dapat meningkatkan pendapatan pedagang	a). Menjelaskan bagaimana pengaruh lokasi dapat meningkatkan pendapatan b). Variabel - lokasi usaha dan jam kerja - tingkat pendapatan	a). Tempat penelitian bandar lampung b). Metode penelitian : Kuantitatif
2.	Dedek Nur Ependi (2019) “Strategi pemilihan lokasi usaha dalam meningkatkan keberhasilan bisnis berbasis syariah” ²⁷	Pemilihan lokasi dapat meningkatkan keberhasilan suatu bisnis. Dengan memperhatikan pemilihan lokasi usaha dapat terciptanya keberhasilan	a). menjelaskan bagaimana pemilihan lokasi usaha yang meningkatkan bisnis b). Variabel - lokasi usaha	a). Tempat penelitian jambi b). Metode penelitian : Kualitatif
3.	Fathira Virdha Noor (2020) “Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pt herba penawar alwahida indonesia” ²⁸	Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.	a). Menjelaskan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan	a). Tempat penelitian : bengkulu b). Metode penelitian : Kualitatif

²⁶ Sundari, Skripsi : *Pengaruh lokasi usaha dan jam kerja terhadap tingkat pendapatan pedagang dalam perspektif ekonomi islam*. Jurusan Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Islam Negeri Raden Intan, Lampung, 2017.

²⁷ Dedek Nur Ependi, Skripsi : *Strategi pemilihan lokasi usaha dalam meningkatkan keberhasilan bisnis berbasis syariah*. Jurusan

²⁸ Fahtira Virdha Noor, Skripsi : *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pt herba penawar alwahida indonesia*. Jurusan Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Bengkulu, Bengkulu, 2020.

			b). Variabel - kualitas pelayanan	
4	Yuni Febrianti Hasibuan (2022) “Analisis Strategi Pemasaran dan Kualitas Pelayanan Usaha Bekam Di Tinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi di MABRUQ, Kota Jambi)” ²⁹	MABRUQ pada umumnya telah menerapkan Etika Bisnis Islam seperti yang telah di contohkan oleh Rasulullah SAW	a).Menjelaskan tentang kualitas pelayanan usaha yang ditinjau dari etika bisnis islam b).Variabel : -strategi pemasaran -kualitas pelayanan usaha	a). Tempat penelitian : Jambi b). Metode penelitian : Kualitatif

C. Kerangka Penelitian

Pelayanan merupakan suatu akitivitas yang bersifat tidak kasat mata, yang terjadi akibat interaksi antara pelanggan dan karyawan. Yang bertujuan untuk memenuhi atau memuaskan konsumen.

Sedangkan kualitas pelayanan merupakan aktivitas yang memberikan fasilitas secara tidak terlihat namun memberikan dampak positif kepada pelanggan, sehingga pada tujuan akhirnya supaya konsumen nyaman untuk datang kembali ke *caffé* wartel.

Pelayanan sangat penting bagi sebuah perusahaan karena jika sebuah perusahaan tidak memiliki pelayanan, maka para pelanggan pun akan merasa

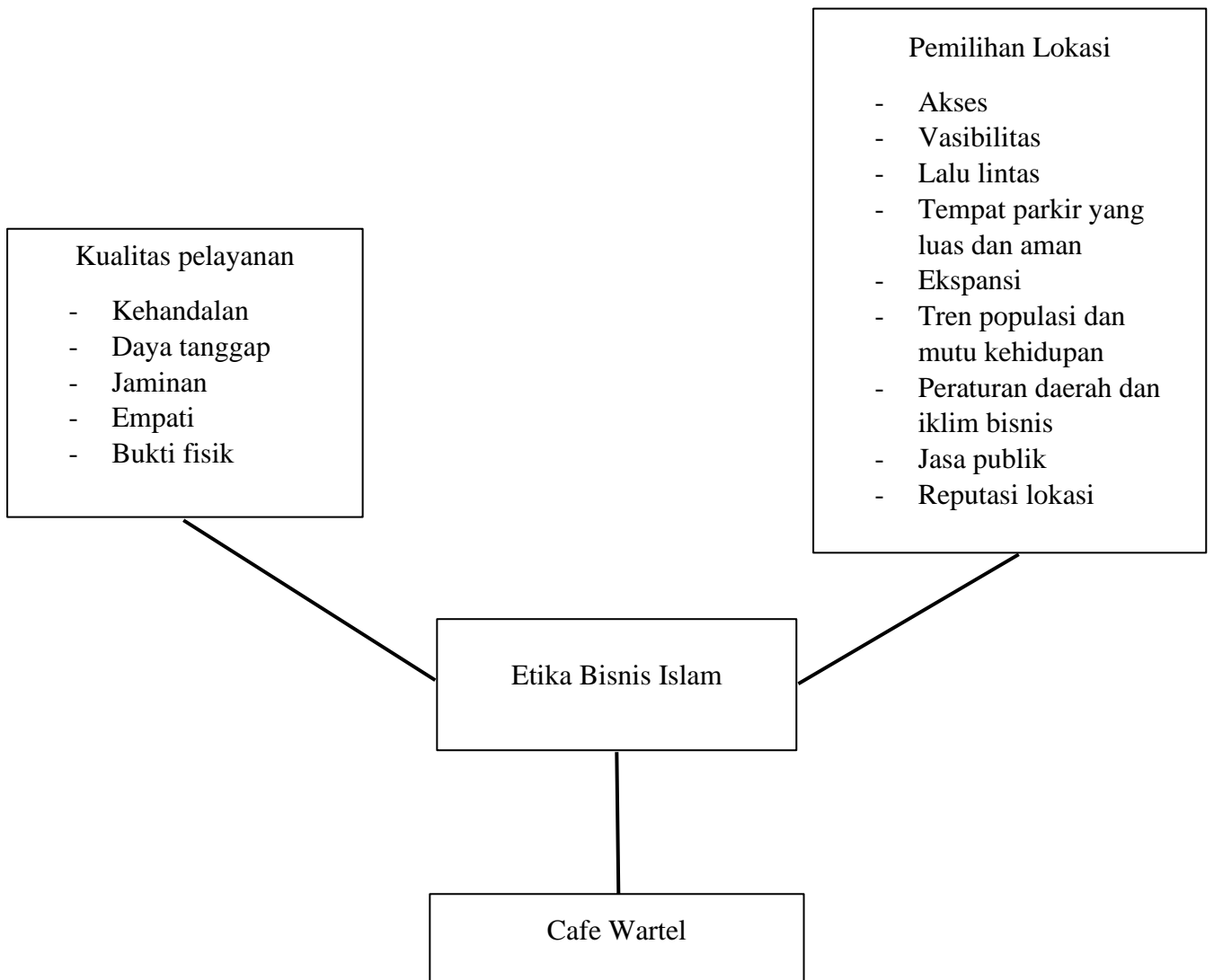
²⁹ Yuni Febrianti Hasibuan, Skripsi : *Analisis Strategi Pemasaran dan Kualitas Pelayanan Usaha Bekam Di Tinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi di MABRUQ, Kota Jambi)*, Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin, Jambi, 2022

tidak nyaman sehingga akan mengakibatkan para pelanggan mencari perusahaan lain atau tempat yang lain.

Tempat usaha yang strategis salah satu faktor yang mempengaruhi tercapainya sebuah tujuan, semakin strategis maka semakin besar pula harapan yang akan dicapai oleh perusahaan tersebut. Keputusan penempatan tempat dilihat dari beberapa aspek yang menjadi faktor penentu tempat itu akan dibangun, oleh karena itu jika penempatan tempat kurang strategis maka akan berpengaruh juga kepada pelanggan dan juga berpengaruh terhadap pendapatan penjualan.

Etika bisnis islam merupakan akhlak dalam menjalankan bisnis yang sesuai dengan nilai-nilai islam, sehingga dalam melaksanakannya akan mendapatkan nilai *plus*. Etika dalam islam sangat berkaitan erat dengan manusia dengan tuhan, maka jika etika yang dilakukan oleh sebuah perusahaan akan mendapatkan pujian dari sesama manusia dan juga tuhanpun memberikan pahala atas etika yang dilakukan.

Oleh karena itu penulis akan melakukan penelitian penerapan kualitas pelayanan yang dilakukan oleh *coffe* wartel dengan menggunakan prespektif etika bisnis islam.



Gambar 2. 1. Kerangka Pemikiran