

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Allah menganugerahi manusia, naluri untuk mencintai perhiasan yang indah dipandang. Kapan dan dimana saja, pandangan manusia akan selalu ditujukan kepada sesuatu yang elok dan nyaman.¹ Pandangan terhadap segala sesuatu yang elok dan nyaman ini bersifat individual, manusia memiliki kecenderungan yang berbeda-beda. Hal ini sebagaimana yang terkandung dalam surat Al-imran ayat 14 yaitu:

رُئِيَ لِلنَّاسِ حُبُّ الشَّهَوَاتِ مِنَ النِّسَاءِ وَالْبَنِينَ وَالْقَنَاطِيرِ الْمُقَنْطَرَةِ مِنَ الذَّهَبِ وَالْفِضَّةِ وَالْخَيْلِ الْمُسَوَّمَةِ وَالْأَنْعَامِ
وَالْحَرَبِ ۗ ذَلِكَ مَتَاعُ الدُّنْيَا ۗ وَاللَّهُ عِنْدَهُ حُسْنُ الْمَآبِ ۙ ١٤

Artinya : *“Dijadikan terasa indah dalam pandangan manusia cinta terhadap apa yang diinginkan, berupa perempuan-perempuan, anak-anak, harta benda yang bertumpuk dalam bentuk emas dan perak, kuda pilihan, hewan ternak dan sawah ladang. Itulah kesenangan hidup di dunia, dan di sisi Allah-lah tempat kembali yang baik.”*

Makna kandungan dari ayat diatas dapat dipahami bahwa perhiasan berupa emas yaitu segala sesuatu yang digunakan untuk berhias atau memperindah kehidupan seseorang, yang berbeda-beda antara kehidupan orang satu dengan yang lainnya.² Meski demikian, naluri untuk mencintai perhiasan dunia antara satu orang

¹ Ali Anwar Yusuf, *Islam dan Sains Modern* (Bandung:Pustaka Setia,2006), hlm 261

² M. Quraish Shihab, *Wawasan Al-Qur'an Tafsir Maudhu'i atas Berbagai Persoalan Umat* (Bandung: PT. Mizan Pustaka,1996), hlm 162

dengan lainnya, sama kuatnya. Naluri ini menjadikan manusia senantiasa memusatkan perhatiannya terhadap perhiasan dunia yang diinginkannya, padahal Allah adalah sebaik-baiknya tempat untuk kembali.

Naluri mencintai perkara yang indah ini menjadikan manusia senantiasa berkarya, untuk menciptakan perhiasan.³Perhiasan yang diciptakan manusia, berarti manusia berperan sebagai pengolah dan pengguna perhiasan yang Allah ciptakan. Sebagaimana diciptakannya emas agar manusia dapat mengolah sehingga menghasilkan berbagai macam perhiasan yang sering dipakai oleh kaum wanita untuk memperindah dirinya.

Kepuasan konsumen sangatlah penting untuk mempertahankan loyalitas konsumen, agar konsumen tetap setia membeli produk yang ditawarkan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, Kepuasan diartikan sebagai perasaan senang yang diperoleh melalui pengorbanan⁴. Kotler mendefinisikan, *Satisfaction is a person's feelings of pleasure of disappointment resulting from comparing a product's perceived performance (or outcome) in relation to his or her expectations.*⁵ Kepuasan diartikan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan (kenyataan yang dialami) terhadap ekspektasi (harapan) mereka, maka dari itu kepuasan muncul dari pelayanan yang diberikan kepada konsumen agar merasa puas terhadap produk yang diberikan sebuah perusahaan.

³ Ali Anwar Yusuf, *Islam dan Sains Modern*, hlm 261

⁴ *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Gramedia, 2008), Ed. IV, Cet. I, hlm. 1110

⁵ Philip Kotler, *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control*, (New Jersey: Prentice-Hall Inc, 1997), Ninth Edition, hlm. 40

Maka pengertian dari sebuah Pelayanan merupakan tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.⁶ Pelayanan diberikan sebagai tindakan sebuah perusahaan atau perseorangan guna memberikan kepuasan kepada para konsumen. Tindakan yang dilakukan guna memenuhi kebutuhan konsumen akan suatu produk atau jasa yang mereka butuhkan.⁷

Pelayanan dapat didefinisikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta ketepatan penyampaian untuk memenuhi keinginan pelanggan. Terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa yakni, jasa yang diharapkan (*expected service*) dan jasa yang dipersepsikan (*perceived service*).⁸ Pada implikasinya baik buruk kualitas produk jasa yang diberikan oleh suatu perusahaan tergantung kemampuan perusahaan memberikan layanan jasa dari harapan konsumen secara konsisten. Seperti yang dijelaskan dalam penelitian terdahulu

Tjiptono mengatakan bahwa produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan.⁹ Kualitas produk adalah karakteristik produk atau jasa yang

⁶ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian, Terjemahan: A. B. Susanto, Edisi Pertama*, (Jakarta: Salemba Empat, 2000), hlm. 53.

⁷ Kasmir, *Etika Customer Service*, Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2005, hlm. 15.

⁸ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Jatim: Bayu Media Publishing, 2005), hlm. 260.

⁹ Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Andi, 2008), hlm. 95.

bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan.¹⁰

Kepuasan konsumen mencakup perbandingan antara harapan dan kinerja yang diterima¹¹, karena konsumen adalah orang yang menikmati hasil pekerjaan seseorang, maka dari itu konsumenlah yang menentukan apakah suatu produk atau jasa tersebut berkualitas atau tidak. Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Selain menjadi faktor penting bagi kelangsungan ketahanan perusahaan tersebut, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan dengan perusahaan lain. Konsumen yang puas terhadap produk atau jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali dan mengajak calon pelanggan baru untuk menggunakan jasa yang telah mereka rasakan kepuasan kinerja pelayanannya.¹²

Toko emas merupakan Perusahaan yang bergerak dalam bidang jual beli perhiasan emas yang memiliki karakteristik bisnis yang spesifik.¹³ Toko emas Mini baru 2 yang berlokasi di pasar Kel. Talaga Kulon, Kec. Cikijing, Kab. majalengka ini menyediakan berbagai perhiasan emas dengan setiap kadar emas yang berbeda-beda mulai dari kadar 300 sampai kadar 400, serta menerima pelayanan pesanan pembuatan perhiasan emas berupa cincin, kalung, gelang, liontin, anting, dan

¹⁰ Philip Kotler dan Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 12 Jilid 1* (Yogyakarta: Erlangga, 2008), hlm. 272.

¹¹ A. Usmara, *Strategi Baru Manajemen Pemasaran*, (Jogjakarta: Amara Books, 2003), Cet. I, hlm. 124

¹² Hasil Wawancara Dengan Salah Satu Konsumen Toko Emas Mini Baru 2 Ke. Talaga, Kec. Cikijing, Kab. Majalengka

¹³ Sriyanto dkk, "Perancang Sistem Informasi Toko Emas", *J@TI UNDIP* Vol V No 1, Januari 2010, hlm 15

gelang kaki. Tidak hanya menerima pesanan, Toko emas mini baru 2 juga menerima reparasi perhiasan berupa emas, emas putih dan, perak.

Dalam hal ini Toko emas mini baru 2 belum memberikan kepuasan kepada para konsumen sehingga para konsumen merasa kecewa dan tidak nyaman ketika menyampaikan keluhan yang dialami terkait pelayanan dan kualitas produk pada Toko Emas mini baru 2. Harapan dari konsumen setiap saat selalu berubah sehingga yang diberikan juga harus disesuaikan dengan keinginan agar konsumen merasa puas.¹⁴

Kondisi demikian tentu dapat menyebabkan kepercayaan masyarakat terhadap toko Emas dapat menurun sehingga dapat menurunkan *income* pada emas itu sendiri, berikut ini adalah pendapatan Toko Emas Mini Baru 2:

Tabel 1.1
Pendapatan Toko Toko Emas Mini Baru 2 Ke. Talaga, Kec. Cikijing, Kab. Majalengka

Bulan	Omset (Rp.)
Januari	28.500.000
Februari	25.750.000
Maret	22.900.000
April	24.350.000
Mei	25.300.000
Juni	24.800.000

Melihat dari data tersebut dapat dikemukakan bahwa omset dari toko Emas Mini Baru setiap bulan mengalami fluktuatif dan ada kecenderungan untuk menurun, hal ini tampak dari pendapat bulan Januari tahun 2022 omset mencapai

¹⁴ Hasil Wawancara Dengan Salah Satu Konsumen Toko Emas Mini Baru 2 Ke. Talaga, Kec. Cikijing, Kab. Majalengka

Rp. 28.500.000 kemudian menurun pada titik terendah yaitu bulan Maret dan pada bulan Juni mencapai Rp. 24.800.000.

Dijelaskan bahwa pendapatan pada bulan Januari sampai Juni mengalami penurunan. Berdasarkan hasil wawancara, bahwa salah satu faktor yang menyebabkan penurunan pendapatan tersebut adalah ketidakpuasan konsumen diakibatkan dari kualitas pelayanan dan kualitas produk.¹⁵

Pelayanan termasuk faktor penting penentu kepuasan konsumen. Fakta yang terjadi di lapangan, itu menjadi suatu masalah terhadap Toko Emas Mini Baru 2 karena dalam melayani pembuatan pesanan produk perhiasan Toko Emas Mini Baru 2 belum bisa memberikan pelayanan sesuai yang diharapkan oleh konsumen, dalam pembuatan pesanan perhiasan Toko Emas Mini Baru 2 masih mengandalkan orang dari luar sehingga dalam proses pemesanan dirasa kurang efisien.¹⁶

Pada fakta yang terjadi di lapangan penulis melakukan studi pendahuluan pada perusahaan tersebut tetapi belum menemukan kesesuaian antara pelayanan yang diberikan oleh perusahaan dengan pelayanan yang diharapkan oleh konsumen.

Salah satu kasus yang terjadi di lapangan, toko dalam memberikan pelayanan dirasa kurang baik kepada konsumen. Dalam memberikan informasi terkait produk maupun dalam menerima keluhan toko tidak bisa menerima dengan baik. Keluhan yang diajukan oleh konsumen karena segi pelayanan yang kurang baik, serta dalam melayani pembuatan pesanan perhiasan melewati jangka waktu yang telah ditentukan oleh Toko Emas tersebut. Selain itu dalam melayani pesanan

¹⁵ Hasil Wawancara Dengan Salah Satu Karyawan Toko Emas Mini Baru 2 Ke. Talaga, Kec. Cikijing, Kab. Majalengka

¹⁶ Hasil Wawancara Dengan Salah Satu Karyawan Toko Emas Mini Baru 2 Ke. Talaga, Kec. Cikijing, Kab. Majalengka

Toko Emas Mini Baru 2 masih mengadakan orang dari luar perusahaan sehingga dalam waktu pembuatan dirasa kurang efektif, dan pihak perusahaan tidak mengetahui kandungan apa saja yang telah dibuat dalam pembuatan perhiasan.¹⁷

Konsumen akan menilai pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan dengan membandingkan dari perusahaan satu dengan perusahaan lain yang sejenis, dengan membandingkan pelayanan yang diterima dengan pelayanan yang diharapkannya. Menurut Lupiyoadi, terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan yaitu: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Emosional, Harga, dan Biaya.¹⁸

Dalam Ekonomi Islam seharusnya perusahaan memberikan pelayanan yang membuat para konsumen merasa puas terhadap pelayanan serta memberikan kenyamanan kepada para pelanggan ketika berbelanja di Toko Emas tersebut. Salah satu ayat yang menjelaskan tentang pelayanan pada surat Ali ‘Imran ayat 159 yaitu :

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۖ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ ۗ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ
وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ١٥٩

Artinya : *“Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka*

¹⁷ Hasil Wawancara Dengan Salah Satu Karyawan Toko Emas Mini Baru 2 Ke. Talaga, Kec. Cikijing, Kab. Majalengka

¹⁸ Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*, (Jakarta : Penerbit Salemba Empat, 2001), hlm 57.

bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.”

Ayat Al-Qur'an di atas menjelaskan, Konsep Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan pelayanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas kepada orang lain. Bersikap baik dalam memberikan pelayanan kepada konsumen agar para konsumen mendapatkan kesesuaian yang diharapkan dengan fakta yang sebenarnya terjadi dilapangan.

Selain dalam pelayanan perusahaan juga harus memberikan produk yang terbaik kepada konsumen dari segi kualitas maupun dari segi ketahanan. Penulis melakukan studi pendahuluan dalam faktanya Toko Emas Mini Baru 2 belum memberikan kualitas terbaik dari produk yang telah disediakan. Sebagai contoh salah satu kekurangan dari produk yang telah disediakan yaitu kurang bertahan lama dari segi warna serta kerapuhan pada produk sehingga para konsumen tidak dapat memakai perhiasan dari Toko Emas tersebut dalam jangka panjang.

Padahal secara teoritis seharusnya, dalam konsisten yang tinggi kualitas produk berarti kesesuaian yaitu bebas dari kecacatan dan kekonsistenan dalam memberikan tingkatan kualitas yang akan dicapai atau dijanjikan. Jadi, dalam prakteknya semua perusahaan harus berusaha keras memberikan tingkatan kualitas kesesuaian yang tinggi.¹⁹

¹⁹ Philip Kotler dan Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 12 Jilid 1* (Yogyakarta: Erlangga, 2008), hlm. 273.

Masalah tersebut tentu saja dipengaruhi oleh banyak faktor. Di Toko Emas Mini Baru 2, menurut peneliti terdapat dua faktor yang sangat menentukan. Kedua faktor tersebut adalah :

1. Faktor pelayanan, karena dalam kenyataannya memperlihatkan kecenderungan-kecenderungan sebagai berikut :

Ketika konsumen menyampaikan keluhannya terkait pelayanan dari pihak perusahaan belum bisa merespon dengan baik, dari segi melayani pesanan dalam pembuatan produk melewati jangka waktu yang telah ditentukan oleh perusahaan, dari segi pelayanannya kurang ramah dalam melayani pembeli, ketika melayani pembuatan produk masih mengandalkan orang dari luar perusahaan sehingga dari segi waktu yang tidak efisien.

2. Faktor kualitas produk, karena dalam kenyataannya memperlihatkan kecenderungan-kecenderungan, dari segi konsistensi ketahanan kualitas produk yang kurang bertahan lama atau mudah rapuh, dari segi warna yang mudah pudar dan menghitam.

Melihat dari kondisi tersebut, maka pemilik usaha dituntut untuk melakukan perbaikan terhadap kekurangan baik dari pelayanan maupun dari kualitas produk agar dapat memenuhi keinginan dan harapan konsumen.

Diperkuat dengan penelitian terdahulu, Tias Windarti dan Mariaty Ibrahim melakukan penelitian dengan judul “ Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Donat Madu (Studi Pada Konsumen CV. Donat Madu Cihanjuang - Pekanbaru)”. Jumlah responden sebanyak 99 orang yang di dapat menggunakan rumus slovin. Teknik sampling

menggunakan teknik Nonprobability Sampling sedangkan metode pengambilan sampel menggunakan Incidental Sampling. Variable yang diteliti dalam hal ini untuk variable independennya adalah kualitas produk dan kualitas pelayanan, sedangkan variable dependennya adalah kepuasan konsumen. Alat analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan kuantitatif. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa variable kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam melakukan pembelian CV. Donat Madu Cihanjung – Pekanbaru.²⁰

Berkenaan dengan latar belakang tersebut, maka dipandang perlu penelitian tentang “Pengaruh Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh pelayanan terhadap kepuasan konsumen Toko Emas Mini Baru 2 ?
2. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Toko Emas Mini Baru 2 ?
3. Apakah terdapat pengaruh pelayan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Toko Emas Mini Baru 2 ?

²⁰ Tias windarty & Mariaty, *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Donat Madu (Studi Pada Konsumen CV. Donat Madu Cihanjuang - Pekanbaru)*, Jurnal: Mahasiswa Progam Studi Administrasi Bisnis Fisip, 2017, Unoversitas Riau

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini dengan melihat latar belakang masalah dan rumusan masalah adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh pelayanan terhadap kepuasan konsumen Toko Emas Mini Baru 2.
2. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Toko Emas Mini Baru 2.
3. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Toko Emas Mini Baru 2.

D. Manfaat Penelitian

Dengan tercapainya tujuan tersebut, maka dapat diambil manfaatnya antara lain:

1. Secara akademis.
 - a. Mengembangkan ilmu pengetahuan, khususnya ilmu ekonomi islam mengenai bisnis islam.
 - b. Penulis dapat meningkatkan kualitas diri, jika kelak menjadi karyawan, sehingga dapat menjadi pekerja yang memiliki kualitas diri yang baik bagi suatu instansi/perusahaannya.
 - c. Hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian yang sama mengenai masalah pelatihan kerja dan motivasi kerja untuk meningkatkan kinerja pegawai.
2. Secara Praktis.

- a. Bagi perusahaan, hasil penelitian ini dapat menjadi referensi masukkan yang bermanfaat bahwa pentingnya pelatihan dan motivasi kerja untuk meningkatkan kinerja pegawai.
- b. Bagi karyawan, hasil penelitian ini dapat memberikan pemahaman bahwa pentingnya pelatihan sebagai pengembangan kemampuan, skill, dan karier mereka, dan pentingnya motivasi kerja sebagai dorongan semangat internal.
- c. Bagi masyarakat umum, penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi manfaat di lingkungan masyarakat berupa informasi pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada toko emas.
- d. Hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi pemahaman bagi pihak lain untuk menambah pengetahuan dan wawasan mengenai pelatihan kerja dan motivasi kerja untuk meningkatkan kinerja karyawan.