

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Persaingan usaha yang begitu ketat pada zaman dan teknologi di era globalisasi saat ini, mengharuskan pemilik usaha untuk bersaing semaksimal mungkin dengan para pesaing yang berada pada lokasi terdekat untuk mempertahankan usahanya. Usaha yang ingin berkembang dan ingin mendapatkan keunggulan bersaing harus dapat menyediakan produk yang berkualitas, harga yang murah dibandingkan pesaingnya.¹ Kualitas pelayanan memiliki sedikit pengaruh terhadap kepuasan seorang konsumen karena kepuasan konsumen ini juga berpengaruh terhadap loyalitas, komitmen dan keinginan untuk tidak memilih merek atau produk lainnya. Suatu usaha dapat dikatakan unggul dibandingkan pesaingnya dilihat dari kualitas serta mutu yang diberikan dalam hal pelayanan. Komponen kualitas pelayanan dapat diukur dan dinilai melalui perumusan strategi yang mempengaruhi kepentingan konsumen.²

¹ Ade Heriyanto, “Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Perspektif Etika Bisnis Islam Di TB. Muara Aman Cirebon” (*Skripsi*, Fakultas Ekonomi Syariah, Institut Agama Islam, IAI Bunga Bangsa Cirebon, 2020), h. 2

² Miftaqu Rochmah, “Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Perspektif Etika Bisnis Islam Di UMKM Mebel Lancar Jaya Desa Tawing Kecamatan Gondang Kabupaten Tulungagung” (*Skripsi*, Program Studi Manajemen Bisnis dan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, 2022), h.1

Menurut Kotler dan Keller, cara membangun nilai konsumen adalah dengan meningkatkan manfaat produk, pelayanan, staf dan citra yang ditawarkan serta mengurangi satu jenis biaya atau lebih. Strategi yang biasa digunakan dalam membangun nilai pelanggan dikenal dengan istilah *generic value strategic* dengan memberikan manfaat lebih dengan biaya yang lebih rendah dibandingkan pesaing (*more for less*) dan memberi manfaat yang lebih dengan biaya yang sama besar bila dibandingkan pesaing (*more for same*). Oleh sebab itu, strategi kualitas pelayanan mempunyai peranan penting untuk mencapai tujuan tersebut. Tjiptono menyatakan bahwa strategi kualitas pelayanan atau jasa harus mencakup dengan adanya atribut layanan penerima manfaat layanan, pendekatan untuk penyempurnakan kualitas jasa layanan dan umpan balik sangat responsive untuk evaluasi dan perbaikan yang berkesinambungan.³

Kepuasan konsumen adalah suatu tanggapan atas kebutuhan konsumen terhadap barang yang dilihat sesuai dengan ekspektasinya atau tidak. Jika seorang konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya konsumen dalam waktu yang lama. Kepuasan konsumen telah menjadi konsep sentral dalam wacana bisnis dan manajemen. Mengingat, kepuasan adalah keadaan emosional seseorang baik

³ Nashar, *Kualitas Pelayanan Akan Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat* (Leko Barat: Duta Creative, 2020), h.17

kebahagiaan atau kesedihan. Kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan tentunya tidaklah hanya bertujuan untuk memberikan kepuasan semata. Sebagai seorang muslim dalam memberikan pelayanan haruslah mendasarkan pada nilai-nilai syariah guna mewujudkan nilai ketakwaan sekaligus membuktikan konsistensi keimanannya dalam rangka menjalankan misi syariat Islam.⁴

Kenyataan yang kita hadapi sekarang di masyarakat adalah perilaku yang menyimpang dari ajaran agama, merosotnya nilai etika bisnis. Bagi kalangan ini bisnis adalah kegiatan manusia yang bertujuan mencari keuntungan. Seseorang yang berdagang bertujuan mencari keuntungan yang sebesar-besarnya. Akan tetapi dalam pandangan etika Islam bukan sekedar mencari keuntungan melainkan keberkahan. Keberkahan usaha adalah kemantapan dari usaha itu dengan memperoleh keuntungan yang wajar dan di ridhoi oleh Allah SWT.⁵

⁴ Sri Atun Chasanah, "Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Perspektif Ekonomi Islam" (*Skripsi*, Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, 2015), h. 3

⁵ Salam Burhanuddin, *Etika Sosial* (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), h. 22

Allah berfirman dalam QS. Ali-'Imran : 159

فِيمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ^ط وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا
مِن حَوْلِكَ^ط فَاعْفُ عَنْهُمْ^ط وَأَسْتَغْفِرْ لَهُمْ^ط وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ^ط فَإِذَا مَتَّ
عَزَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ^ع 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 bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya”⁶

Dari ayat di atas, menyinggung kekhususan Rasul, yakni akhlak mulia beliau. Ayat ini menyatakan, apa yang menyebabkan orang-orang Arab yang bersifat keras dan suka perang berkumpul di sisimu dan beriman kepadamu adalah kelembutan akhlakmu. Sekiranya kamu seperti mereka, maka tak seorangpun datang ke sisimu dan mereka yang beriman akan berpaling darimu. Seperti halnya pelayanan jika melakukan sesuatu dengan lemah lembut dan tata karma yang sopan maka konsumen akan merasakan puas dan ingin berkunjung kembali lagi.⁷

⁶ QS. Ali' - Imran : 159

⁷ Widya Agustina, “Analisis Strategi Promosi Dan Pelayanan Pariwisata Guna Meningkatkan Jumlah Pengunjung Dipantai Sari Ringgung Pesawaran

Bisnis merupakan tulang punggung perekonomian suatu Negara. Dimana aktivitas bisnis telah mengantongi sejak awal munculnya Islam. Setiap manusia memerlukan harta untuk mencukupi segala kebutuhan hidupnya.⁸ Karenanya manusia akan selalu berusaha memperoleh harta kekayaan itu dengan bekerja. Sedangkan salah satu dari bentuk bekerja adalah berdagang atau bisnis.⁹ Tujuan suatu bisnis ialah untuk menciptakan para pelanggan merasa puas. Salah satu tindakan untuk memuaskan konsumen adalah dengan cara memberikan pelayanan kepada konsumen dengan sebaik-baiknya. Kenyataan ini biasa dilihat bahwa ada beberapa hal yang dapat memberikan kepuasan yaitu nilai total pelanggan yang terdiri nilai produk, nilai pelayanan, nilai personal, nilai *image* atau citra, dan biaya tenaga, dan biaya pikiran.¹⁰

Toko barang-barang dan *accecories* My Lova Kota Bengkulu pada awalnya hanya menjual berbagai macam jenis pakaian dan *accecories* saja dan memiliki karyawan yang

Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam “(Skripsi, Program Studi Ekonomi Syari’ah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2020), h. 12

⁸ Romi Adetio Setiawan, “Masa Depan Perbankan dan Keuangan Syariah Di Indonesia: Kinerja, Risiko, dan Regulasi”, (Bengkulu: Taylor & Fransiskus, 2023), h. 11

⁹ Dyah Agustiningtyas, “Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Di Perusahaan Batik Usaha Dagang Setia Jaya Karang Trenggalek)” (Skripsi, Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, 2018), h. 3

¹⁰ Ade Heriyanto, “Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Perspektif Etika Bisnis Islam Di TB. Muara Aman Cirebon” (Skripsi, Fakultas Ekonomi Syariah Institut Agama Islam IAI Bunga Bangsa Cirebon, 2020), h. 2

belum begitu banyak. Hal tersebut disebabkan karena belum ada perpindahan toko yang sangat besar.

Namun semakin berkembangnya zaman untuk menambah kepuasan konsumen kini toko My lova sudah mempunyai toko yang besar dan mempunyai karyawan lebih banyak dari sebelumnya, barang-barang yang dijual sekarang menjadi lebih lengkap dan menarik sehingga konsumen merasa puas berbelanja di toko My lova.

Toko My lova melakukan berbagai macam cara untuk memasarkan barang-barang yang mereka punya, tidak hanya menjualnya secara *offline* tetapi juga secara *online* salah satunya melalui aplikasi *shopee*. Sehingga barang-barang yang ada tidak hanya diperjual/belikan di dalam kota Bengkulu namun bisa sampai keluar kota, yang mana masyarakat di zaman sekarang lebih memilih membeli produk secara *online* dibandingkan harus pergi keluar rumah.

Adanya pelayanan dan etika yang baik, membuat konsumen sangat merasa puas dan sangat berminat berbelanja di toko My lova tersebut sehingga toko menjadi sangat ramai dan dapat meningkatkan loyalitas konsumen, sehingga usaha itu semakin ramai dan meningkat ketika konsumen bertahan di usaha tersebut dan merasa sangat puas berbelanja toko ini.

Penelitian ini dilakukan untuk meneliti sejauh mana strategi pelayanan dalam meningkatkan kepuasan konsumen untuk menjamin kemajuan bisnis yang dilakukan. Pelaku

usaha barang-barang dan *accecories* merupakan usaha yang lumayan sangat besar oleh karena itu tingkat pelayanannya harus memiliki etika yang baik supaya konsumen merasa sangat puas. Oleh karna itu, alasan penulis tertarik untuk melakukan penelitian secara mendalam karena ingin mengetahui strategi pelayanan di toko My Lova dengan mengangkat judul **STRATEGI PELAYANAN UNTUK MENINGKATKAN KEPUASAN KONSUMEN DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM (PADA TOKO MY LOVA KOTA BENGKULU).**

B. Batasan Masalah

Agar pembaca dapat menelaah secara jelas dan terhindar dari beberapa interpretasi serta meluasnya pemahaman terhadap isi hasil penelitian ini, maka penulis perlu membatasi permasalahan yang akan dibahas.¹¹

Penelitian ini tidak membahas seluruh penjualan yang dilakukan pada toko My lova Kota Bengkulu, tetapi peneliti hanya membahas tentang penjualan *online* pada toko My lova Kota Bengkulu.

¹¹ Hamidah, “Strategi Pengembangan Produk Kain Batik Besurek Dalam Meningkatkan Penjualan Di Kota Bengkulu” (*Skripsi*, Program Studi Ekonomi Syariah, Jurusan Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri, 2018), h. 7

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi pelayanan untuk meningkatkan kepuasan konsumen pada toko My Lova Kota Bengkulu?
2. Bagaimana strategi pelayanan untuk meningkatkan kepuasan konsumen ditinjau dari etika bisnis Islam pada toko My Lova Kota Bengkulu ?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui strategi pelayanan dalam meningkatkan kepuasan konsumen pada toko My Lova Kota Bengkulu.
2. Untuk mengetahui strategi pelayanan dalam meningkatkan kepuasan konsumen ditinjau dari etika bisnis Islam pada toko My Lova Kota Bengkulu.

E. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan ilmu dalam strategi pelayanan untuk meningkatkan kepuasan konsumen ditinjau dari etika bisnis Islam pada toko My Lova Kota Bengkulu, terutama dalam pemilihan lokasi dan jenis apa yang harus dikembangkan demi kepuasan konsumen.

2. Kegunaan Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai tambahan ilmu pengetahuan untuk peneliti selanjutnya serta untuk lebih meningkatkan strategi pelayanan dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Dari

penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan tambahan dalam bidang ekonomi terkait dengan pelayanan dalam meningkatkan kepuasan konsumen.

F. Penelitian Terdahulu

1. Jurnal penelitian yang dilakukan oleh Abdul Rohman dan Maria Stella yang berjudul *Strategi Pelayanan Administrasi E-KTP Dalam Kajian Kepuasan Pelayanan (Studi Di Dinas Kependudukan Dan Pencatatan Sipil Kota Malang)* Vol 8 No 2 Tahun 2019. bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pelayanan administrasi E-KTP dalam kajian kepuasan konsumen pada dinas kependudukan dan pencatatan sipil dikota malang. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data observasi, wawancara, dokumentasi. Analisis data menggunakan triangulasi. Keabsahan data menggunakan kriteria derajat kepercayaan yaitu triangulasi teknik. Pelaksanaan strategi sudah berjalan cukup baik sesuai prosedur yang ada dan pelayanan semakin meningkat setiap tahunnya, dimana kepuasan pelayanan di Dinas Kependudukan dan Pencatatan sipil bias dibuktikan dengan mampu melakukan/memberikan sesuatu yang dicari oleh masyarakat sehingga pada tingkat yang cukup.¹²

¹² Abdul Rohman dan Maria Stella, "Strategi Pelayanan Administrasi E-KTP Dalam Kajian Kepuasan Pelayanan (Studi Di Dinas Kependudukan Dan

Persamaan dalam penelitian ini adalah membahas tentang strategi pelayanan untuk kepuasan konsumen sedangkan perbedaan dalam penelitian ini hanya lokasi yang berbeda.

2. Jurnal penelitian yang dilakukan oleh Dwi Ratna Pamungkas yang berjudul *Strategi Pelayanan PT. Bank Tabungan Pensiun Syariah, Tbk Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Di MMS Nganjuk Jawa Timur* Vol 5 No 3 Tahun 2016. bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pelayanan PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah, Tbk dalam meningkatkan loyalitas nasabah dan mengetahui kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan PT. Bank Pensiunan Nasional Syariah Tbk dalam meningkatkan loyalitas nasabah. Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan menggunakan analisis SWOT dengan strategi SO (*Strength Opportunitis*). Analisis data menggunakan SWOT. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pelayanan PT. BTPN Syariah, Tbk dalam meningkatkan loyalitas nasabah di MMS Kertosono sudah sesuai strategi yang digalakkan oleh Bank. Efektivitas strategi PT. BTPN Syariah, Tbk dalam meningkatkan loyalitas nasabah dapat dikenal luas dan diterima di tengah masyarakat salah satu cara yang sangat efektif adalah dengan memaksimalkan fungsi

Pencatatan Sipil Kota Malang” *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik* 8 no. 2 (2019).

promosi, dengan begitu PT. BTPN Syariah, Tbk akan dapat bersentuhan dengan masyarakat luas. Saran dari penelitian ini adalah strategi dalam meningkatkan loyalitas nasabah harus meningkatkan survey kepuasan nasabah dan lebih mencermati dalam hal pemantauan keluhan-keluhan nasabah.¹³ Persamaan dalam penelitian ini adalah membahas tentang strategi pelayanan sedangkan perbedaan dalam penelitian ini hanya di lokasi yang berbeda dan hanya terfokus untuk meningkatkan banyaknya konsumen.

3. Jurnal penelitian yang dilakukan oleh Prasetyono dan Diana yang berjudul *Strategi Peningkatan kualitas pelayanan PDAM Kabupaten Gresik Vol 12 No 1 Tahun 2022* yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi peningkatan kualitas pelayanan PDAM Kabupaten Gresik serta mengetahui rekomendasi strategis untuk meningkatkan kualitas pelayanan PDAM kab. Gresik. Penelitian ini dilatar belakangi banyaknya keluhan pelanggan kepada PDAM kab. Gresik sebagai keluhan tersebut memiliki titik yang sama namun belum terselesaikan secara maksimal. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Lokasi penelitian berada di Kantor Pusat Perusahaan

¹³ Dwi Ratna Pamungkas, "Strategi Pelayanan PT. Bank Tabungan Pensiun Syariah, Tbk Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Di MMS Nganjuk Jawa Timur," *Jurnal Ilmu Manajemen* 5 no. 3 (2016).

Daerah Air Minum Giri Tirta Kabupaten Gresik. Teknik pengumpulan data melalui wawancara, dokumentasi, dan observasi. Fokus penelitiannya adalah strategi kualitas pelayanan parasuraman dengan lima dimensi yaitu bukti langsung, keandalan, ketanggapan, kepastian, dan menggunakan analisis SWOT. Kesimpulan dari penelitian ini adalah kualitas pelayanan PDAM giri Tirta masih kurang baik jika dilihat dari kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman sehingga peneliti merekomendasikan strategi yaitu menciptakan otomatis kualitas mengembangkan/meningkatkan sistem informasi layanan pengaduan, mengembangkan budaya kualitas, menambah tenaga teknis yang berkualitas (SDM).¹⁴ Persamaan dalam penelitian ini adalah membahas tentang strategi dalam pelayanan sedangkan perbedaan dalam penelitian ini di lokasi dan hanya terfokus untuk meningkatkan loyalitas konsumen.

4. Jurnal Penelitian yang dilakukan oleh Rosalia Hasia yang berjudul Strategi Pelayanan Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Objek Wisata Kota Batu (Studi Pada Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kota Batu) bertujuan untuk mengetahui strategi pelayanan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan dan

¹⁴ A Prasetyono, D.W., dan Diana, "Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan PDAM Kabupaten Gresik." *Jurnal Kebijakan dan Manajemen Publik* 12 no. 1 (2022).

Faktor pendukung dan penghambat dalam strategi pelayanan meningkatkan kunjungan wisatawan. Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Penentuan informan dilakukan melalui reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil dari penelitian ini adalah sejauh ini strategi pelayanan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan kota Batu dalam Meningkatkan kunjungan wisatawan sudah terlaksana dengan baik sesuai dengan sistem operasional prosedur yang ditentukan. Faktor pendukungnya adalah adanya komitmen yang kuat dari pemerintah dan juga potensi wisata di kota Batu yang sangat menarik. Faktor penghambatnya adalah keterbatasan dana dalam melakukan promosi, rendahnya kualitas sumber daya manusia dan infrastruktur yang belum memadai.¹⁵ Persamaan dalam penelitian ini adalah membahas tentang pelayanan membina meningkatkan pelanggan sedangkan perbedaan dalam penelitian ini di lokasi.

5. Jurnal Internasional yang dilakukan oleh Dr. V. Venkata Narayana dan Dr. A. Kanaka Durga yang berjudul *Customer Segmentation a Case Of Increase in Customer Satisfaction Levels With Segment-Specific Customer*

¹⁵ Rosalia Hasia, "Strategi Pelayanan Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Objek Wisata Kota Batu (Studi Pada Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kota Batu), *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 8 no. 2 (2019).

Service Levels With Segment-Specific Vol 8 No 6 Tahun 2017 yang bertujuan untuk menurunkan strategi layanan pelanggan yang di dalamnya gilirannya meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan. Teknik penambangan data membantu organisasi dalam memahami perilaku, pola demografis, pelanggan strategi manajemen hubungan (CRM) membantu dalam memperoleh pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan menguntungkan yang ada. CRM selanjutnya membantu dalam membangun loyalitas pelanggan sehingga membantu upselling dan cross selling produk-produk yang berguna untuk memperluas pasar dan meningkatkan margin keuntungan entitas. Kami menyimpulkan mengatakan bahwa berdasarkan penelitian, ada peningkatan yang jelas dari semua pelanggan kepuasan dan strategi yang relevan membantu gerai ritel untuk memperluas cakupan bisnis.¹⁶ Persamaan dalam penelitian ini adalah membahas tentang strategi pelayanan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan sedangkan perbedaan dalam penelitian ini di lokasi.

¹⁶ Venkata Narayana and Kanaka Durga, "Customer Segmentation –a Case of Increase in Customer Satisfaction Levels With Segment-Specific Customer Service Levels With Segment-Specific," *International Journal of Computer Engineering & Technology (IJCET)* 8 no. 6 (2017).

G. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini termasuk penelitian lapangan yaitu penelitian yang bertujuan untuk mempelajari lebih jauh konteks situasi terkini dan interaksi lingkungan suatu unit, baik individu, kelompok, institusi, maupun komunitas.¹⁷ Penelitian ini dilakukan dengan terjun langsung ke tempat objek penelitian yaitu pada toko My Lova Kota Bengkulu untuk mendapatkan gambaran yang lebih luas bagaimana strategi pelayanan untuk meningkatkan kepuasan konsumen pada toko My Kota Lova Bengkulu.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, pendekatan kualitatif adalah prosedur penelitian dengan menghasilkan suatu data yang deskriptif berupa kata tertulis atau lisan. Jenis penelitian deskriptif kualitatif yang digunakan pada penelitian ini dimaksud untuk memperoleh informasi mengenai strategi pelayanan untuk meningkatkan kepuasan konsumen pada toko My Lova Kota Bengkulu. Selain itu, dengan pendekatan kualitatif diharapkan dapat diungkapkan situasi dan permasalahan yang dihadapi mengenai strategi pelayanan untuk meningkatkan kepuasan konsumen ditinjau dari etika bisnis Islam pada toko My Lova Kota Bengkulu.

¹⁷ Sumadi Suryabrata, *Metodelogi Penelitian*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1998), h. 22

2. Waktu dan Tempat Penelitian

Waktu Penelitian dilaksanakan dari bulan September sampai bulan Mei 2023.

Adapun lokasi penelitian yang akan dilakukan yaitu strategi pelayanan dalam Islam untuk meningkatkan kepuasan konsumen pada toko My Iova Bengkulu. Lokasi toko ini terletak di Jalan Meranti No. Raya, Sawah Lebar, Kec. Ratu Agung, Kota Bengkulu. Alasan memilih tempat penelitian tersebut dikarenakan peneliti ingin mengangkat judul Strategi Pelayanan untuk Meningkatkan Kepuasan Konsumen ditinjau dari etika bisnis Islam pada Toko My Iova Bengkulu. Yang mana tempat penelitian tersebut merupakan sentra pengembangan pada pelayanan.

3. Informan Penelitian

Dalam penelitian kualitatif posisi sumber data yang berupa manusia (narasumber) sangat penting peranannya sebagai individu yang memiliki informasinya. Peneliti dan narasumber di sini memiliki posisi yang sama. Oleh karena itu narasumber bukan sekedar memberikan tanggapan pada yang diminta peneliti, tetapi lebih memilih arah dan selera dalam menyajikan informasi yang dimiliki. Karena posisi inilah sumber data yang berupa manusia di dalam penelitian kualitatif disebut

sebagai informan.¹⁸ Artinya setiap informan yang dipilih memiliki kriteria secara khusus yaitu dapat memahami dan memberikan informasi yang akurat tentang objek penelitian. Kriteria yang dimaksud yaitu 1 orang admin *online shop* yang sudah lama bekerja di toko My Ilova sebagai koordinator *online shop*, 2 orang karyawan yang bekerja selama 2 tahun My Ilova, dan 5 orang konsumen.

Kriteria-kriteria konsumen yang memenuhi untuk penelitian ini yaitu :

1. Berstatus pelajar/mahasiswa.
2. Mengikuti perkembangan tren modern saat ini.
3. Melakukan pembelian selama 3 kali dalam waktu 1 bulan.

4. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

a. Sumber Data

Sumber data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah :

- 1) Sumber data primer adalah sumber data yang pertama dari subjek atau objek penelitian data penelitian langsung diambil. Sumber data dalam penelitian ini yaitu Admin online shop, karyawan toko, dan konsumen. Sumber data primer yang digunakan peneliti adalah dengan cara melakukan observasi serta wawancara kepada admin *online*

¹⁸ Hamidah, "Strategi Pengembangan Produk Kain Batik Besurek Dalam Meningkatkan Penjualan Di Kota Bengkulu" (*Skripsi*, Program Studi Ekonomi Syariah, Jurusan Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri, 2018), h. 14

shop toko My lova Bengkulu yang menjadi sumber utama dalam penelitian ini.

- 2) Sumber data sekunder adalah sumber data yang biasa diambil dari pihak mana saja yang bias memberikan tambahan data guna melengkapi kekurangan dari data yang diperoleh melalui sumber data primer seperti data dari buku-buku, refrensi, jurnal ilmiah, dan lainnya. Dalam penelitian ini penelitian yang menjadi data sekunder yaitu dokumentasi resmi, buku-buku, jurnal, dan hasil lainnya.

b. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang akan digunakan adalah sebagai berikut :

- a. Observasi yaitu mengamati secara langsung bagaimana strategi pelayanan untuk meningkatkan kepuasan konsumen dalam meningkatkan pendapatan pada toko My lova di Kota Bengkulu.
- b. Wawancara yaitu proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden atau yang sedang di wawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman wawancara, inti dari metode ini selalu beberapa hal yaitu pewawancara, responden, materi wawancara dan

pedoman wawancara.¹⁹ Digunakan untuk mendapatkan data dengan cara melakukan tanya jawab secara lisan kepada owner dan karyawannya.

- c. Metode Kepustakaan dalam pengumpulan data pustaka penulis memperoleh data-data dari buku-buku, jurnal serta bacaan-bacaan lain yang berhubungan dengan judul penelitian ini.

5. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses pengorganisasian dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori dan satuan uraian dasar sehingga dapat menemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data.²⁰ Pada analisis data meliputi analisis data yang meliputi analisis kualitatif dimana digunakan untuk menilai objek penelitian berdasarkan sifat tertentu dimana dalam penelitian sifat, dinyatakan tidak menggunakan angka-angka namun menggunakan cara mendeskriptifkan data yang di dapat oleh peneliti.

¹⁹ Burhan Bungin, *Metode Penelitian Sosial Dan Ekonomi : Format-Format Kuantitatif Dan Kualitatif Untuk Studi Sosiologi, Kebijakan Publik, Komunikasi, Manajemen Dan Pemasaran*, (Jakarta : Kencana, 2013), h. 133

²⁰ Nur Faeni Ulyati, "Strategi Pemasaran Pedagang Pasar Tradisional Dalam Perspektif Ekonomi Islam" (*Skripsi*, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2015), h. 12

Dalam menganalisis data, metode yang dipakai adalah :

a. Reduksi Data

Mereduksi berarti merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang dianggap penting serta dicari tema dan polanya. Kemudian melakukan proses editing untuk memperbaiki data yang telah diperoleh tujuannya untuk menjamin bahwa data yang diperoleh dapat dipertanggung jawabkan.

b. Data Display

Penyajian data dalam penelitian kualitatif dapat berupa uraian singkat, bagan, table, grafik, dan lain sebagainya. Namun yang sering digunakan adalah teks yang sifatnya naratif. Tujuan dari hal tersebut adalah untuk mempermudah dalam memahami apa yang terjadi sehingga dapat merencanakan apa yang harus dilakukan selanjutnya berdasarkan data telah diamati dan di dapatkan.

c. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi Data

Langkah selanjutnya yaitu tahap penarikan kesimpulan berdasarkan pengamatan yang dilakukan selama penelitian berlangsung dan melakukan verifikasi data. Kesimpulan awal dikemukakan masih bersifat sementara sampai ada bukti-bukti yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya.

Apabila kesimpulan yang dikemukakan tersebut di dukung dengan bukti-bukti yang kuat dan konsisten dengan kondisi ketika peneliti kembali ke lapangan maka kesimpulan yang didapatkan merupakan kesimpulan yang jelas.²¹

H. Sistematika Penulisan

Dalam rangka mempermudah pemahaman dan pembahasan terhadap permasalahan yang di angkat, maka peneliti menyusun pembahasannya secara sistematis yang terdiri dari dua bab yaitu pendahuluan dan kajian teori. Dengan tiap-tiap bab tersebut akan dijelaskan oleh peneliti sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisikan latar belakang, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penelitian terdahulu, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN TEORI

Bab ini membahas tentang strategi pelayanan, kepuasan konsumen, etika bisnis Islam pada toko My Iova Kota Bengkulu.

²¹ Sugiono, *Metodologi Penelitian Kualitatif Dan RND* (Bandung: Alfa Beta, 2010), h. 92

BAB III : GAMBARAN UMUM

Bab ini membahas tentang gambaran umum Kota Bengkulu, gambaran umum toko My Ilova Kota Bengkulu, Visi Misi toko My Ilova Kota Bengkulu.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas tentang strategi pelayanan untuk meningkatkan kepuasan konsumen ditinjau dari etika bisnis Islam (pada toko My Ilova Kota Bengkulu) dan solusinya.

BAB V : PENUTUP

Bab ini menjelaskan secara singkat kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian serta memberikan saran mengenai penelitian.

