

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam era globalisasi ini masalah persaingan merupakan konsekuensi logis yang harus dihadapi oleh traditional market. Permasalahan timbul ketika modern market memasuki wilayah traditional market, ekspansi agresif untuk pendirian pusat perbelanjaan modern ini sudah dapat ijin dari pihak pemerintah daerah setempat dimana proses pemberian ijin oleh aparat setempat dilakukan dengan cara yang transparan dan sering digunakan sebagai benturan kepentingan pribadi didalamnya. Persaingan dari pelaku bisnis sendiri juga menjadi sangat tajam, baik dipasar domestik maupun dipasar internasional. Pelaku bisnis harus mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan, misalnya dengan memberikan produk-produk yang mutunya lebih baik, lebih murah dan lebih cepat dalam memberikan pelayanan dari para pesaingnya. Produk dengan mutu rendah, harga yang mahal, pelayanan produk yang lambat bisa membuat pelanggan tidak puas, walaupun dengan tingkatan yang berbeda. Konsumen memang seharusnya dipuaskan karena mereka merupakan pemain utama dalam dunia bisnis.¹

¹Sahyuni et al., "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Mini Market Alfa Midi Kecamatan Ranomeeto Kabupaten Konawe Selatan)," *SJEB*, 2.2 (2021), 115.

Perkembangan zaman yang semakin modern, membuat kebutuhan manusia semakin meningkat. Kebutuhan tersebut berkembang seiring dengan berkembangnya perubahan yang terjadi saat ini, terutama kondisi sosial ekonomi masyarakat. Salah satu dari unit usaha perekonomian adalah minimarket berperan sebagai kompetitor daripada keberadaan warung tradisional yang saat ini telah berkembang pesat. Warung tradisional disini adalah para pedagang industri yang terdiri dari pedagang kelontong/sembako, pakaian, dan pecah belah. Unit minimarket sendiri menjadi salah satu kebutuhan prioritas masyarakat Indonesia dalam memenuhi kebutuhan pokok sehari-hari. Keberadaannya juga tidak terlepas dari perkembangan perekonomian yang terus mengalami perubahan sesuai dengan kebutuhan masyarakat yang kian lama menuntut kemudahan-kemudahan dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari.²

Islam mengatur berbagai hal dalam manusia menjalankan kehidupannya, tak terkecuali pembahasan mengenai bisnis atau perdagangan. Al-Qur'an sebagai hukum Islam mengandung berbagai hukum yang perlu diperhatikan sebagai seorang pelaku usaha maupun sebagai konsumen. Perdagangan yang baik di dalam Islam adalah

²Moh. Rifa et al., "Strategi Pendirian Mini Market dengan Modal Terbatas (Studi Kasus pada Yumaya Mart Kraksaan Probolinggo)," *Journal of Islamic Business Management Studies*, 3.1 (2023), 2.

perdagangan yang mengikuti syariah Islam dan sunnah Nabi Muhammad SAW. Sebagaimana dijelaskan dalam al-Qur'an surah Asy-syu'ara/26:181-183 berikut:

أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ ۖ
وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ ۖ
الْمُسْتَقِيمِ ۖ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْنُوا فِي الْأَرْضِ
مُفْسِدِينَ ۖ

Artinya: Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu merugikan orang lain. Dan timbanglah dengan timbangan yang benar. Dan janganlah kamu merugikan manusia dengan mengurangi hak-haknya dan janganlah membuat kerusakan di bumi;

Ayat di atas menjelaskan bahwa seorang manusia diperintahkan untuk menyempurnakan takaran dan larangan berbuat curang dalam melaksanakan perdagangan/bisnis. Penggalan ayat tersebut menjadikan sebuah dasar bagi hukum pelaksanaan bisnis menurut syariat Islam dengan menciptakan keseimbangan sehingga dapat mencapai sebuah tujuan bersama antara penjual dan pembeli tanpa merugikan salah satu diantaranya. Pengamalan terhadap ayat tersebut dapat menciptakan berbagai situasi positif bagi pelaku usaha maupun konsumennya, seperti adanya kepercayaan dalam diri konsumen sehingga dapat menciptakan kepuasan dan rasa loyalitas bagi pelanggan.³

³Ivan Fadilla Budi Wardana dan Sri Eka Astutiningsih, "Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan (Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Moderating) Perspektif Ekonomi Islam," *JIEI*, 8.03 (2022), 1.

Masyarakat terutama generasi muda tidak lagi senang untuk berbelanja kebutuhannya di warung tradisional yang notabene kurang lengkap akan tetapi sudah tertarik untuk berbelanja kebutuhannya di pasar modern, salah satunya adalah di minimarket. Minimarket yang kita kenal di lingkungan kita diantaranya adalah Indomart, Alfamart dan mungkin juga masih ada nama yang lain seperti Hasanah Mart. Perbedaan yang mendasar dari minimarket dengan pasar atau warung tradisional adalah terletak pada pelayanan yang diberikan, waktu berbelanja, harga, kebersihan dan juga fasilitas lain yang disediakan. Terlepas dari semua itu berbelanja di minimarket memberikan rasa nyaman karena dilengkapi dengan fasilitas yang memadai, sehingga membuat ruang belanja tersebut tidak panas. Penataan barang di pasar modern seperti minimarket juga menjadi faktor yang menyebabkan pembeli lebih mudah untuk mencari barang yang dibutuhkan karena sudah ditempatkan sesuai dengan jenis dan kemanfaatannya masing-masing. Belum lagi pada perkembangannya minimarket juga menyediakan fasilitas yang dibutuhkan masyarakat seperti tempat pembayaran listrik, PAM dll, sehingga dengan sekali jalan beberapa kebutuhan sudah bisa didapatkan di tempat yang sama.⁴

⁴Sri Retno Widyorini, "Pengaruh Perkembangan Waralaba Usaha Minimarket Terhadap Perkembangan Pasar Tradisional," *Jurnal Spektrum Hukum*, 14.1 (2017), 18.

Penilaian konsumen pada kualitas pelayanan di Hasanah Mart merupakan hal penting sebagai acuan dalam membenahan pelayanan sehingga terciptanya suatu kepuasan pelanggan dan menciptakan suatu loyalitas dari konsumen. Kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam wacana bisnis dan manajemen.

Kualitas pelayanan adalah hal yang penting untuk diperhatikan, karena hal tersebut akan dipersepsikan oleh konsumen setelah konsumen mengkonsumsi barang/jasa. Persaingan yang semakin ketat akhir-akhir ini menuntut sebuah lembaga penyedia jasa atau layanan untuk selalu memanjakan konsumen dengan memberikan pelayanan terbaik. Para pelanggan akan mencari produk berupa barang atau jasa dari perusahaan yang dapat memberikan pelayanan yang terbaik kepadanya. Bila konsumen puas akan pengalaman mengkonsumsi barang atau jasa, itu adalah langkah awal untuk menjadikannya pelanggan yang loyal.

Kualitas adalah sesuatu yang diputuskan oleh pelanggan. Artinya, kualitas didasarkan pada pengalaman aktual pelanggan atau konsumen terhadap produk atau jasa yang diukur berdasarkan persyaratan-persyaratan tersebut. Dikatakan kualitas adalah tingkat mutu yang diharapkan, dan pengendalian keragaman dalam mencapai mutu tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan juga tergantung pada beberapa hal, yaitu sistem, teknologi dan manusia. Dari faktor manusia sangat memegang kontribusi terbesar dari kualitas pelayanan terhadap perusahaan. Kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Pelayanan yang berkualitas sangat berperan dalam membentuk kepuasan konsumen, berkaitan juga dengan menciptakan keuntungan bagi perusahaan. Dengan kualitas pelayanan yang diberikan pelaku usaha semakin berkualitas, maka tingkat kepuasan pelanggan juga akan semakin meningkat.

Islam juga mengajarkan kepada umat manusia agar dalam memberikan pelayanan harus sesuai dengan prinsip ekonomi Islam antara lain; Jujur; Tidak menipu (Al-kazib), Melayani dengan rendah hati (khidmah), Bersikap profesional, Bersikap amanah dan bertanggung jawab, serta Memelihara etos kerja atau bersungguh-sungguh.⁵

Menurut Lovelock dan Wright yang diterjemahkan oleh Tjiptono, kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan suatu produk atau jasa yang diharapkan mampu

⁵Faiqotul Hima et al., “Analisis Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Produk Pangan Beku Perspektif Ekonomi Islam di DC frozen Food Rogojampi Banyuwangi,” *AJI*, 1.1 (2023), 4–5.

memenuhi keinginan konsumen. Dengan demikian, suatu layanan akan dinilai berkualitas apabila mampu memenuhi atau bahkan melampaui harapan konsumen. Sejalan dengan pendapat tersebut, Tjiptono menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan konsumen melalui penyampaian produk maupun jasa secara tepat sehingga mampu mengimbangi harapan konsumen.⁶ Selain itu, menurut Kotler & Keller dalam pelayanan bahwa semakin tinggi tingkat pelayanan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan yang dihasilkan, yang mendukung harga lebih tinggi dan sering kali biaya yang lebih rendah.⁷

Pelayanan dalam Islam adalah suatu hal yang harus dilakukan sesuai dengan prinsip syariah. Pelayanan yang dilakukan oleh suatu perusahaan barang atau jasa harus lebih terarah dan mempunyai pedoman serta prinsip-prinsip yang di ajarkan dalam agama Islam. Dimana agama Islam menekankan pada suatu pelayanan yang sesuai ajaran Islam dengan harapan konsumen merasakan kepuasan yang maksimal.⁸ Adapun konsep pelayanan dalam Islam mencakup beberapa prinsip seperti; prinsip tolong-menolong (*ta'awun*), prinsip memberi kemudahan (*at-*

⁶Heni Rohaeni dan Nisa Marwa, "Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan," *Jurnal Ecodemica*, 2.2 (2018), 314.

⁷Fahrur Rosi, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan," *Mutawazin*, 4.2 (2023), 74.

⁸Rosi.

taysir), prinsip persamaan (*musawah*), prinsip saling mencintai (*mahabbah*), prinsip lemah lembut (*al-layin*), prinsip kekeluargaan (*ukhuwah*).⁹

Loyalitas merupakan hal yang penting dibangun setiap perusahaan untuk memenangkan kompetisi. Apalagi menurut Reicheld dan Sasser, mengemukakan bahwa peningkatan 5% dalam kesetiaan pelanggan dapat meningkatkan keuntungan sebesar 25% sampai dengan 85%, dan 60% peningkatan penjualan kepada konsumen baru ada yang loyal terhadap perusahaan. Sehingga dapat dikatakan bahwa loyalitas ialah salah satu kunci dalam memenangkan persaingan bisnis saat ini.¹⁰

Salah satu minimarket syari'ah yang ada di Bengkulu adalah Hasanah Mart. Beberapa ciri khas minimarket syari'ah tersebut produk yang dijual adalah produk halal. Gerai minimarket tersebut buka dimulai pukul 07-00 pagi sampai 10-00 malam. Hasanah Mart berdiri sejak tahun 2017, minimarket Hasanah Mart ini berlokasi di Jl. RE

⁹Yudha Edwingga dan Yovenska L. Man, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Pelayanan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Arga Makmur Bengkulu Utara," *At-Tasharruf: Jurnal Kajian Hukum Ekonomi Syariah*, 1.2 (2023), 105.

¹⁰Titi Hasanah, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Puskesmas Bandar Jaya Lahat," *MOTIVASI: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 5.2 (2020), 872.

Martadinata, Pagar Dewa Bengkulu (Depan SDIT AL-Hasanah Bengkulu).¹¹

Berdasarkan observasi dan wawancara di lapangan dengan beberapa konsumen, masih ada beberapa fenomena yang dijumpai mengenai keluhan konsumen terhadap variasi produk yang kurang lengkap, kurangnya fasilitas seperti tidak disediakan kursi dan meja dan kerapian produk. Sejalan dengan banyaknya minimarket khususnya di Bengkulu menyebabkan konsumen memiliki banyak alternatif pilihan berbelanja atau dapat dikatakan sulit dalam menentukan keputusan pembelian. Terlebih lagi banyak minimarket yang memiliki produk yang lebih lengkap, dan tempat yang lebih luas serta penempatan produk yang lebih rapi. Hal ini membuat saya ingin mengetahui lebih jauh bagaimana kualitas pelayanan konsumen pada minimarket Hasanah mart.

Dari serangkaian latar belakang yang dipaparkan dan dengan melihat minimarket Hasanah Mart yang didirikan sudah cukup lama dan terus berkembang, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul: Analisis Kualitas Pelayanan Konsumen Pada Hasanah Mart Pagar Dewa Dalam Perspektif Ekonomi Islam.

¹¹Agus Rustaman, Kepala Toko Hasanah Mart, Wawancara, 20 Juni 2024

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana kualitas pelayanan konsumen pada Minimarket Hasanah Mart Pagar Dewa?
2. Bagaimana tinjauan Ekonomi Islam terhadap kualitas pelayanan konsumen pada Hasanah Mart Pagar Dewa?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui kualitas pelayanan konsumen pada Minimarket Hasanah Mart Pagar Dewa.
2. Untuk mengetahui tinjauan Ekonomi Islam terhadap kualitas pelayanan konsumen pada Hasanah Mart Pagar Dewa?

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, baik secara teoritis maupun secara praktis. Adapun kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis
 - a. Bagi Civitas Akademis penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai sumber informasi, bahan referensi, dan bahan untuk penelitian selanjutnya.

- b. Bagi lembaga terkait hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai salah satu masukan bagi Hasanah Mart di Pagar Dewa.

2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi Civitas Akademis penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk memberikan masukan berdasarkan penelitian dan memperluas landasan teoritis melakukan survei di lapangan sehingga dapat memberikan pengetahuan tentang Hasanah Mart.
- b. Bagi lembaga terkait hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai salah satu masukan bagi Hasanah Mart Pagar Dewa.

E. Penelitian Terdahulu

Dalam membedakan penelitian oleh peneliti dengan penelitian yang terdahulu, maka peneliti menggambarkan perbedaan penelitian ini sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilaksanakan oleh Lesly Astuti Putri Lubis bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kinerja karyawan terhadap kepuasan pelanggan pada Koperasi Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta (KOPMA UMS). Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian

menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kinerja karyawan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.¹²

Perbedaan Penelitian ini terletak pada jenis dan pendekatan penelitian yaitu dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Sedangkan penelitian yang akan diteliti menggunakan pendekatan kualitatif. Adapun persamaan dari kedua penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang pelayanan dan kepuasan konsumen.

2. Penelitian yang dilaksanakan oleh Dwi Aliyyah Apriyani (2017) bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada The Little A Coffee Shop Sidoarjo. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, baik secara simultan maupun parsial, dengan daya tanggap sebagai variabel yang paling dominan. Perbedaan penelitian ini terletak pada subjek dan lokasi penelitian, sedangkan persamaannya terletak pada variabel kualitas pelayanan.¹³

Perbedaan Penelitian ini terletak pada jenis dan pendekatan penelitian yaitu dengan menggunakan

¹²Lesly A.P Lubis, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada KOPMA UMS)" (Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2018).

¹³Dwi Aliyah Apriyani, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Konsumen The Little A Coffe Shop di Kota Sidoarjo)" (Universitas Brawijaya, 2017).

pendekatan kuantitatif. Sedangkan penelitian yang akan diteliti menggunakan pendekatan kualitatif. Adapun persamaan dari kedua penelitian ini adalah sama-sama membahas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Benny Osta Nababan dan Tanisa Adra Oktaviani bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan peserta pensiun pada PT. Taspen (Persero) Cabang Depok. Hasil penelitian ini adalah menunjukkan bahwa Tangible (X1), Reability (X2), Responsiveness (X3), secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan peserta pensiun (Y) artinya semakin baik Tangible (X1), Reability (X2), Responsiveness (X3) maka kepuasan peserta pensiun akan semakin meningkat. Assurance (X4) dan Empaty (X5) secara parsial tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap kepuasan peserta pensiun (Y).¹⁴

Perbedaan penelitian ini terletak pada jenis dan pendekatan penelitian yaitu dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Sedangkan penelitian yang akan diteliti menggunakan pendekatan kualitatif. Persamaan dari kedua penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang kualitas pelayanan.

¹⁴Benny Osta Nababan dan Tanisa Adra Oktaviani, "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Peserta Pensiun pada PT. Taspen (PERSERO) Cabang Depok," *Economicus*, 12.1 (2020).

4. Penelitian yang dilakukan oleh I Wayan Gede Antok Setiawan Jodi bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kinerja karyawan terhadap kepuasan nasabah pada PT. BPR Artha Adyamurthi di Kediri, Tabanan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan sampel sebanyak 98 responden dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kinerja karyawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, baik secara simultan maupun parsial. Perbedaan penelitian ini terletak pada lokasi penelitian, sedangkan persamaannya terletak pada variabel kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah.¹⁵

Perbedaan Penelitian ini terletak pada jenis dan pendekatan penelitian yaitu dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Sedangkan penelitian yang akan diteliti menggunakan pendekatan kualitatif. Persamaan dari kedua penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang kualitas pelayanan karyawan.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Rinto Alexandro, et.al., bertujuan untuk menganalisis pengaruh kinerja karyawan terhadap kepuasan konsumen di Hotel Setia

¹⁵I Wayan Gede A.S Jodi, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kinerja Karyawan terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. BPR Artha Adyamurthi di Kediri Tabanan," *Jurnal Satyagraha*, 01.02 (2018).

Puruk Cahu, Murung Raya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis regresi linier sederhana, uji t , dan uji koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja karyawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Persamaan penelitian ini terletak pada pembahasan mengenai kepuasan, sedangkan perbedaannya terletak pada variabel, objek, dan lokasi penelitian.¹⁶

Adapun perbedaan Penelitian ini terletak pada jenis dan pendekatan penelitian yaitu dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Sedangkan penelitian yang akan diteliti menggunakan pendekatan kualitatif. Persamaan dari kedua penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang kepuasan konsumen.

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

a. Jenis penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan jenis penelitian kualitatif deskriptif yaitu suatu proses penelitian yang menghasilkan data deskriptif baik berupa tulisan

¹⁶Rinto Alexandro et al., "The Effect of Employee Performance on Consumer Satisfaction at Setia Hotel, Puruk Cahu, Murung Raya," *International Journal of Social Science and Business*, 5.3 (2021).

atau ungkapan yang di peroleh langsung dari lapangan atau wilayah penelitian.

b. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini dilakukan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode kualitatif, yaitu melakukan pengamatan, dokumentasi, dan wawancara langsung ke lapangan.

2. Waktu dan Lokasi Penelitian

- a. Penelitian ini dilakukan selama 1 bulan
- b. Lokasi penelitian dilakukan di Hasanah Mart Pagar Dewa, Kota Bengkulu.

3. Informan penelitian

Informan penelitian adalah subjek yang memahami informasi objek penelitian sebagai pelaku maupun orang lain yang memahami objek penelitian.¹⁷

Pemilihan informan diambil dengan teknik *Purposive Sampling*. Dalam penelitian ini penulis mengambil sample dengan menggunakan teknik *Purposive Sampling*. *Purposive Sampling* dilakukan dengan cara mengambil subjek bukan didasarkan atas strata, random atau daerah tetapi didasarkan atas adanya tujuan tertentu dan ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil. Mengenai hal ini, sampel

¹⁷Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung: CV. ALFABETA, 2014), hal. 180.

adalah bagian dari populasi (sebagian atau wakil populasi yang diteliti).

Berdasarkan pengertian tersebut, berikut ini adalah kriteria yang menjadi informan penelitian:

- a. Informan sebagai kepala toko, karyawan, dan konsumen.
- b. Informan harus mengalami langsung dan melihat situasi atau kejadian yang berkaitan dengan penelitian.
- c. Bersedia untuk diwawancara dan difoto saat diwawancarai atau penelitian berlangsung.
- d. Pelanggan aktif atau yang telah berbelanja lebih dari 5 kali agar dapat memberikan evaluasi yang objektif.

4. Sumber Data

Sumber data yang diambil merupakan bagian dari cara untuk mendapatkan data, penelitian ini menggunakan sumber data:

- a. Data Primer

Dalam penelitian ini, data primer diperoleh langsung dari karyawan dan konsumen Hasanah Mart Pagar Dewa yang memberikan informasi secara langsung kepada peneliti yang memiliki hubungan langsung dengan penelitian.

b. Data Sekunder

Dalam penelitian ini data sekunder bersumber tidak langsung yang didapatkan dari dokumen resmi, buku, jurnal, artikel, serta data penunjang lainnya.

5. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Dalam hal ini, peneliti melakukan pengamatan secara langsung di Hasanah Mart Pagar Dewa dengan membuat catatan-catatan penemuan terhadap keadaan atau perilaku objek sasaran.

b. Wawancara

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara langsung dengan cara mengajukan pertanyaan secara lisan.

c. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal variabel berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, notulen rapat, agenda dan sebagainya.

6. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, analisis data dilakukan secara kualitatif dengan menggunakan model analisis data Miles dan Huberman yang meliputi tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan

kesimpulan. Adapun tahapan analisis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Reduksi Data

Merangkum memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, mencari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data.

b. Penyajian Data

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya penyajian data dalam penelitian kualitatif. Penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, sehingga memberikan kemungkinan akan ada penarikan kesimpulan.

c. Penarikan Kesimpulan

Dilakukan setelah adanya reduksi data dan penyajian data. Penarikan kesimpulan adalah hasil analisis yang dapat digunakan untuk mengambil tindakan.

G. Sistematika Penulisan

Penelitian ini dibuat dengan sistematika penulisan terdiri dari bab-bab yang saling berkaitan dan dalam satu kesatuan bahasa yang utuh. Adapun sistematika dalam penulisan ini adalah sebagai berikut:

BAB 1 Pendahuluan, terdiri dari latar belakang masalah yang mendasari alasan diadakannya penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penelitian terdahulu, metode penelitian yang digunakan oleh penyusun dan diakhiri dengan sistematika penulisan.

BAB II Kajian Teori, bab dua ini berisikan landasan teori yang menjadi acuan untuk menganalisis data yang diperoleh mengenai kualitas pelayanan konsumen di Hasanah mart.

BAB III Gambaran Umum dan Objek Penelitian, pada bagian ini menjelaskan tentang gambaran umum Hasanah Mart, dengan menguraikan sejarah, visi misi, dan struktur kepengurusan Hasanah Mart.

BAB IV Hasil dan Pembahasan, bab ini menjelaskan tentang kualitas pelayanan konsumen pada Hasanah Mart Pagar Dewa, serta tinjauan ekonomi Islam nya.

BAB V Penutup, berisi Kesimpulan dan Saran.