

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era modern yang semakin berkembang pesat, sektor bisnis makanan dan minuman menunjukkan pertumbuhan yang signifikan. Industri ini mencakup serangkaian proses kompleks, mulai dari pengolahan bahan mentah hingga menciptakan hidangan siap saji yang menggugah selera, termasuk inovasi dalam teknik memasak, pengembangan resep, hingga penyajian yang memukau para penikmat kuliner. Sektor bisnis kuliner terdiri dari beberapa jenis yaitu *street food*, *cafe*, toko roti, rumah makan serta restoran.

Persaingan di bidang *food and beverage* kini semakin meningkat, yang ditandai dengan banyaknya wirausahawan baru yang menggeluti sektor ini. Fenomena ini tidak terlepas dari potensi keuntungan yang menjanjikan dalam industri kuliner. Para pelaku usaha berlomba-lomba menciptakan *diferensiasi* dengan menghadirkan pengalaman makan yang unik, mulai dari implementasi teknologi digital dalam pemesanan, pengembangan konsep resto yang *instagramable*, hingga kolaborasi dengan *platform delivery online* untuk memperluas jangkauan pasar.

Persaingan bisnis merupakan komponen penting untuk menggerakkan roda perekonomian sebuah negara. Persaingan bisnis memiliki dampak yang luas pada berbagai aspek, termasuk peraturan perdagangan, pengembangan sektor industri, pemerataan kesempatan usaha, dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Kompetisi yang sehat mendorong para pengusaha untuk terus berinovasi dan meningkatkan standar layanan mereka. Menurut Mujahidin persaingan bisnis

merupakan persetujuan antar pelaku usaha yang secara independen berusaha mendapatkan konsumen dengan menawarkan harga yang baik dengan kualitas barang atau jasa yang baik pula. (Susilawati dkk., 2021)

Menurut para ahli ekonomi, kompetisi dalam dinamika pasar akan mendorong kreativitas dan inovasi pelaku usaha. Hal ini dapat menciptakan macam-macam produk dengan harga kompetitif, sementara konsumen menikmati beragam pilihan yang sesuai dengan daya beli mereka. Persaingan usaha mampu mengoptimalkan distribusi sumber daya secara efisien dan berkelanjutan, serta berkontribusi dalam peningkatan taraf hidup masyarakat. Dalam konteks dunia bisnis, persaingan merupakan upaya untuk memperoleh keuntungan melalui berbagai bentuk manfaat yang dirasakan oleh konsumen, seperti terjangkaunya harga produk, variasi produk, peningkatan kualitas pelayanan, kemudahan akses terhadap barang dan jasa, dan lain-lain.

Setelah berakhirnya sistem ekonomi terpusat di Eropa Timur yang telah berlangsung selama lebih dari sepuluh tahun yang lalu, banyak negara berkembang mulai memilih sistem ekonomi baru. Dalam perkembangannya, negara-negara ini semakin intensif dalam mengimplementasikan instrumen ekonomi pasar seperti mekanisme harga dan mendorong persaingan sehat untuk memajukan pembangunan di negaranya.

Dalam konteks ini, persaingan bisnis merupakan sebuah ekosistem yang mendorong para pengusaha untuk bekerja lebih efisien dengan menawarkan produk dan layanan yang lebih luas. Persaingan ini hanya dapat tercipta Ketika terdapat minimal dua pengusaha yang berkompetisi dalam menawarkan produk dan jasa

kepada target pasar yang sama. Dalam upaya menarik minat pembeli, setiap pengusaha memberikan penawaran menarik dari tiga aspek utama yaitu harga yang kompetitif, kualitas produk yang baik, dan layanan yang memuaskan. Untuk unggul dalam ketiga aspek tersebut, perusahaan perlu melakukan inovasi, penerapan teknologi yang sesuai, dan memiliki kemampuan mengelola sumber daya dengan baik agar bisa memenangkan persaingan pasar. (Lubis dkk., 2017)

Kemudian, perusahaan juga harus menjaga loyalitas konsumen agar pelanggan tetap setia dengan memberikan pelayanan terbaik yang membuat pelanggan puas dengan layanan yang diberikan. Ketika pelanggan puas, mereka akan terus Kembali menggunakan jasa atau produk tersebut dan menjadi pelanggan tetap. Tidak hanya itu, pelanggan yang puas biasanya akan berbagi cerita positif tentang pengalaman mereka kepada teman dan keluarga. Hal ini menguntungkan bisnis karena secara tidak langsung mendapat pelanggan baru melalui rekomendasi dari mulut ke mulut. Namun, jika pelanggan kecewa dengan layanan yang diberikan, mereka juga cenderung akan menceritakan pengalaman buruknya kepada orang lain. Akibatnya, memperburuk citra perusahaan dan jumlah pelanggan bisa berkurang karena orang-orang tidak berminat untuk datang setelah mendengar cerita negatif tersebut.

Di sisi lain, untuk mengembangkan kegiatan pariwisata di Indonesia, di perlukan rumah makan atau restoran yang kuantitas dan kualitasnya dapat di manfaatkan dalam melayani wisatawan. Oleh karena itu, adanya rumah makan yang berkualitas dapat menjadi daya tarik sendiri bagi wisatawan.

Berdasarkan data yang dikeluarkan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) pada Juni 2022, industri kuliner di Indonesia pada tahun 2020 mencapai 11.223 usaha.

Dari jumlah tersebut, mayoritas berupa restoran atau rumah makan dengan total 8.042 usaha (71,65%), kemudian usaha katering sebanyak 269 (2,40%), sementara 2.912 usaha (25,95%) merupakan jenis usaha kuliner lainnya. (Erawati & Wardhana, 2023)

Indonesia memiliki beragam hidangan khas daerah dan terus berkembang, Para pelaku usaha tidak hanya menciptakan menu-menu unik dengan cita rasa khas, tetapi juga mulai memanfaatkan teknologi modern untuk menjangkau lebih banyak pelanggan. Dengan hal ini, konsumen dapat menikmati pengalaman kuliner yang lebih praktis.

Seiring berkembangnya bisnis kuliner, kualitas layanan menjadi tantangan utama bagi rumah makan. Kualitas layanan ini menjadi salah satu faktor yang dapat menentukan keberhasilan dan keberlanjutan suatu bisnis kuliner, karena kebutuhan konsumen ini bukan hanya mencari produk makanan yang enak melainkan pengalaman yang memuaskan sehingga meningkatkan loyalitas pelanggan.

Sebagai negara dengan populasi muslim terbesar di dunia, banyak konsumen muslim di Indonesia yang menginginkan bukan hanya standar pelayanan umum saja, melainkan mereka juga menginginkan layanan yang sesuai dengan prinsip Islam. Mereka membutuhkan jaminan bahwa tidak hanya makanannya yang halal, tetapi cara pelayanannya juga harus mencerminkan nilai-nilai Islam.

Dalam ajaran islam, sebuah bisnis baik yang menjual produk maupun jasa harus memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan. Mereka juga harus pandai berkomunikasi yang sopan santun, rendah hati, dan cepat tanggap terhadap kebutuhan pelanggan, dengan menekankan pentingnya bekerja secara profesional

dan terampil dalam memberikan pelayanan. Hal ini sesuai dengan Al-Qur'an surat Al-Isra ayat 84 yang berbunyi:

قُلْ كُلٌّ يَعْمَلُ عَلَى شَاكِلَتِهِ فَرَبُّكُمْ أَعْلَمُ بِمَنْ هُوَ أَهْدَى سَبِيلًا

Artinya: “Katakanlah (Nabi Muhammad), “Setiap orang berbuat sesuai dengan pembawaannya masing-masing.” Maka, Tuhanmu lebih mengetahui siapa yang lebih benar jalannya.

Pada ayat di atas dikemukakan bahwa setiap orang sebaiknya bekerja sesuai dengan kemampuan yang dimilikinya, dengan mengerahkan seluruh keahlian dan ketekunannya. Jika seseorang bekerja sesuai dengan kemampuannya maka akan melahirkan hal-hal yang optimal. Ketika seseorang bekerja secara maksimal sesuai kemampuannya, hasilnya pun akan optimal. Dalam konteks Islam, pelayanan yang baik adalah yang dilakukan dengan sepenuh hati dan tetap mematuhi aturan-aturan Allah SWT. (Fadla, 2016)

Menurut perspektif ekonomi Islam dalam memberikan pelayanan berkualitas tidak hanya untuk mencapai kepuasan pelanggan semata, tetapi harus didasari nilai-nilai syariah. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan ketakwaan dan membuktikan keimanan dalam menjalankan ajaran Islam. Dalam Islam, setiap aktivitas manusia, termasuk dalam menyelesaikan masalah, harus selalu berpedoman pada hukum Syara' (hukum Islam).

Berdasarkan teori di atas peneliti memilih rumah makan Asep Stroberi sebagai objek penelitian untuk menganalisis kualitas pelayanannya dalam perspektif Islam. Rumah makan Asep Stroberi adalah rumah makan sunda yang cukup terkenal di Indonesia yang terletak di Desa Ngamplangsari, Kecamatan

Cilawu, Kabupaten Garut. Pemilik rumah makan Asep Stroberi adalah Asep Haelusna, pria asal Tasikmalaya yang lahir pada tanggal 11 Maret 1971, yang sukses mewujudkan impiannya sebagai pengusaha dari anak petani yang sempat cuti kuliah dan bekerja sebagai penagih hutang karena keterbatasan biaya ketika kuliah. Pusat rumah makan Asep Stroberi terletak di Jalan Raya Andir Kulon No. 145 Ciaro Nagreg, Kecamatan Nagreg, Kabupaten Bandung. Rumah makan Asep Stroberi menawarkan pengalaman makan yang memanjakan tidak hanya di lidah namun juga di mata, seperti adanya pemandangan hamparan pesawahan dan pegunungan yang indah. (Rieskartika, 2014)

Sebagai sebuah usaha kuliner yang beroperasi di wilayah yang mayoritas penduduknya agama Islam, Rumah makan Asep Stroberi di Cilawu Kabupaten Garut menghadapi salah satu tantangan yaitu bukan hanya menyajikan makanan yang lezat dan pelayanan yang baik, namun juga harus memperhatikan aspek pelayanan yang memenuhi standar syariat Islam. (Khoirunnisa, 2024)

Dengan ini, kualitas pelayanan dalam perspektif Islam memiliki pengaruh besar bagi kemajuan suatu usaha rumah makan. Jika sebuah rumah makan memiliki kinerja pelayanan yang rendah, maka akan menciptakan citra buruk bagi rumah makan tersebut. Sebaliknya, semakin tinggi kualitas pelayanan di sebuah rumah makan, akan menciptakan kesan positif dan menjadi nilai tambah bagi rumah makan tersebut. (Cesariana dkk., 2022) Pelanggan yang merasa puas akan dengan senang hati merekomendasikan rumah makan tersebut kepada teman dan keluarga mereka, bahkan menyebarkan informasinya melalui media sosial. Efek dari ulasan positif ini dapat menguntungkan rumah makan, karena dapat menarik lebih banyak

pelanggan baru. Oleh karena itu, penting bagi setiap rumah makan untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan mereka guna memastikan kepuasan pelanggan dan pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan. (Syah, 2021)

Dalam praktiknya, kualitas pelayanan yang diterima pelanggan seringkali tidak sesuai dengan harapan mereka. Stagnasi atau ketiadaan perbaikan dalam sistem pelayanan mengakibatkan ketidakpuasan pelanggan terhadap layanan yang mereka inginkan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan mengangkat judul **“ANALISIS KUALITAS PELAYANAN RUMAH MAKAN ASEP STROBERI DI CILAWU KABUPATEN GARUT DALAM PERSPEKTIF ISLAM”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, ada rumusan masalah yang akan penulis buat, yaitu:

1. Bagaimana kualitas pelayanan rumah makan Asep Stroberi di Cilawu Kabupaten Garut dalam perspektif Islam?
2. Apa saja kendala dan solusi yang dihadapi rumah makan Asep Stroberi di Cilawu Kabupaten Garut dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanannya?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan rumah makan Asep Stroberi di Cilawu Kabupaten Garut dalam perspektif Islam.

2. Untuk mengidentifikasi kendala dan solusi yang dihadapi rumah makan Asep Stroberi di Cilawu Kabupaten Garut dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanannya.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan membawa kontribusi positif yang tidak hanya bermanfaat bagi ribadi saja, melainkan bermanfaat juga bagi yang membaca penelitian ini atau bahkan untuk peneliti lainnya juga yang tertarik melakukan kajian serupa, penulis mengharapkan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat secara teoritis

- a. Bagi akademisi, memberikan pemahaman baru bagi akademisi mengenai gambaran umum terkait kualitas pelayanan dalam perpektif Islam.
- b. Bagi penulis, dapat menambah wawasan baru bagi penulis mengenai gambaran umum terkait kualitas pelayanan dalam perspektif Islam.

2. Manfaat secara praktis

- a. Bagi mahasiswa di ruang lingkup Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, temuan dari penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan jiwa kewirausahaan mahasiswa melalui implementasi dari hasil penelitian ini.
- b. Bagi masyarakat, temuan dari penelitian ini diharapkan dapat menjadikan sumber informasi tentang kualitas pelayanan rumah makan Asep Stroberi dalam perspektif Islam di Kecamatan Cilawu Kabupaten Garut.
- c. Bagi rumah makan Asep Stroberi, hasil penelitian dapat dijadikan acuan dalam mengembangkan dan mengoptimalkan kualitas pelayanannya.