

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan usaha dari tahun ke tahun telah diwarnai dengan berbagai macam persaingan di segala bidang. Perkembangan dunia usaha saat ini berjalan sangat maju, kebutuhan dan keinginan konsumen selalu berubah seiring dengan perkembangan zaman, sehingga mempengaruhi sistem pola konsumsi masyarakat. Melihat hal tersebut perusahaan atau pelaku bisnis dituntut mempunyai strategi yang tepat dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen seperti dalam hal pelayanan. Mengingat perkembangan teknologi yang semakin dinamis, manusia di tuntut lebih cepat agar tidak kalah dengan para pesaing.

Akan tetapi pada kenyataannya pelanggan tidak mendapatkan pelayanan yang sesuai dengan yang diharapkan. Banyak penyelenggara layanan yang tidak mengalami peningkatan, sehingga banyak pelanggan merasa kurang puas dalam mendapatkan layanan. Kepuasan pelanggan merupakan tolok ukur untuk dapat meningkatkan kualitas layanan. Hal ini dikarenakan kualitas layanan dapat digunakan sebagai suatu cara untuk menggapai keunggulan yang kompetitif. Dengan adanya peningkatan kualitas layanan yang baik maka dapat menimbulkan suatu kepuasan pada pelanggan.

Dengan banyaknya usaha toko kelontong dimana-mana sehingga terjadi

persaingan antar toko kelontong penyedia barang untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Pelayanan memiliki tugas pokok yang sangat penting bagi setiap pemilik toko kelontong, yang saat ini menjadi sebuah bisnis yang produktif dalam mencari sebuah keuntungan dimana para pemilik usaha toko kelontong berupaya untuk memberikan pelayanan yang berhubungan dengan perilaku konsumen secara maksimal, karena tujuan dari suatu bisnis usaha toko kelontong adalah untuk menciptakan hubungan yang baik pada pelanggan dan hasil pelayanan akan dinikmati oleh pelanggan (Moenir, 2015).

Aktifitas ekonomi dan bisnis selalu memiliki hubungan dengan etika dan karena itu pula bisnis tidak di lepaskan dari nilai sosial dan budaya masyarakat dimana etika itu dipraktikkan. Agama Islam mengajarkan kepada umatnya agar setiap perilaku bisnis yang dilakukan selalu berpedoman dengan kaidah-kaidah islam. Hal ini dilakukan agar masyarakat khususnya umat muslim tidak terjebak dalam hal yang dilarang oleh agama Islam. Sama halnya dengan aspek-aspek lain dalam kehidupan manusia yang melibatkan etika, ekonomi dan bisnispun selalu dikaitkan dengan etika sehingga muncullah apa yang disebut dengan etika dalam bisnis dan bisnis yang etis. (Muhammad, 2008)

Dalam Al-Quran, Allah SWT telah memberikan batasan-batasan dalam bermuamalah serta berekonomi, agar manusia tidak hanya mendapatkan untung dan rugi semata, tetapi juga mendapatkan keberkahan dan tidak mengambil hak-hak orang lain. Syarat diperbolehkannya berbisnis ada dua hal, yang pertama bisnis harus dilakukan atas dasar saling merelakan satu sama lain antara kedua belah pihak (penjual dan pembeli). Yang kedua, penjual dan pembeli harus

sama-sama memiliki rasa diuntungkan dari hasil transaksi bisnis. Pelaku bisnis diperbolehkan mengambil keuntungan dari bisnisnya, akan tetapi Islam melarang mengambil untung dengan berlebih-lebihan karena hal tersebut bisa menjadi riba.

Faktor yang harus diperhatikan untuk mempengaruhi pelayanan terhadap perilaku konsumen yaitu salah satunya adalah pelayanan yang diberikan oleh karyawan agar menjadikan konsumen merasa nyaman dan puas, tidak merasa dirugikan ketika membeli barang tersebut. Sehingga dapat menjadikan hubungan yang baik antara pihak toko kelontong dengan konsumen.

Semakin banyak pelanggan, maka semakin besar pemasukan yang dapat diraih pedagang kelontong. Sebaliknya, semakin sedikit pelanggan, maka semakin sedikit pula pemasukan yang dapat diraih oleh pedagang kelontong. Jumlah konsumen/pelanggan sangat besar pengaruhnya terhadap kelangsungan hidup di dunia perdagangan barang kelontong, karena bagi pedagang toko kelontong, pelanggan merupakan sumber pemasukan. Pelanggan akan membandingkan layanan yang diberikan dengan layanan yang mereka harapkan. Jika pelanggan merasa puas, maka pelanggan akan kembali menggunakan jasa dan menjadi pelanggannya yang setia dan bahkan akan menceritakan pengalamannya tersebut kepada orang lain, sehingga pedagang kelontong akan mendapatkan keuntungan dari kondisi tersebut, yaitu mendapatkan pelanggan tetap sekaligus membantu promosi.

Sebaliknya, jika pelanggan merasa tidak puas, maka pelanggan tersebut juga akan menceritakan pengalamannya yang mengecewakan kepada orang lain.

sehingga akan memperburuk citra dan keberadaan toko yang akan berakibat menurunnya jumlah pembelian di toko kelontong.

Berdasarkan dari pengamatan awal (*Grandtour*) yang dilakukan oleh penyusun, terlihat bahwa dengan hasil observasi dan wawancara kepala toko, karyawan serta 4 konsumen, bahwa kualitas pelayanan di toko kurnia ilahi belum sepenuhnya sesuai dengan teori kualitas pelayanan dan prinsip pelayanan dalam islam. Dengan adanya pelayanan yang sudah diterapkan dalam toko kurnia ilahi masih belum sesuai dengan dimensi kualitas pelayanan yaitu pada dimensi *reliable* (kehandalan) yang mana seluruh karyawan belum mampu menggunakan alat bantu yang ada (kalkulator dan menyetir mobil), dimensi *assurance* (jaminan) yang mana belum adanya persetujuan apabila ada barang rusak atau produk yang sudah kadaluarsa bisa diganti dengan barang atau produk yang baru. Dan juga belum sesuai dengan berberapa prinsip pelayanan dalam islam.

Perkembangan usaha toko kelontong selalu mengalami peningkatan dari tahun ke tahun sehingga mengharuskan pemilik usaha untuk terus melakukan inovasi terkait dengan pelayanan yang diberikan seperti pada toko Kurnia Ilahi yang terletak di Desa Srijaya Makmur, Kecamatan Nibung, Kabupaten Musi Rawas Utara, Provinsi Sumatera Selatan. Lokasi tersebut mudah di jangkau dan terletak di jalan utama dan tidak jauh pula dengan pusat pasar di desa. Memiliki berbagai varian bahan pokok seperti sembako, peralatan rumah tangga, keperluan bayi, alat tulis, dan lain – lain, dengan harga yang bisa di bilang cukup terjangkau. Dilengkapi pula dengan fasilitas antar barang belanjaan untuk

pelayanan konsumen merasa nyaman dan puas saat berbelanja.

Di dalam sektor usaha toko kelontong, Toko Kelontong Kurnia Ilahi memiliki beberapa kompetitor lain yang bergerak dalam bidang yang sama. Toko Kelontong Kurnia Ilahi sebagai salah satu toko kelontong dihadapkan pada persaingan yang sangat ketat, yang terus berusaha lebih baik dalam memenuhi semua kebutuhan konsumen. Dapat dilihat sangat ketatnya persaingan pemasaran yang dihadapi dan juga upaya – upaya dalam mengembangkan pasar yang harus dilakukan oleh Toko Kelontong Kurnia Ilahi dalam meningkatkan kualitas pelayanan terhadap konsumen.

Jumlah toko kelontong yang ada di Desa Srijaya Makmur sebanyak 6 toko Kelontong yang sudah berdiri cukup lama, berkisar di umur 10- 27 tahun. Perkembangan yang maju ini mengakibatkan banyaknya kompetitor saling bersaing dalam memberikan pelayanan terbaik dari sisi harga, produk, maupun promosi.

Toko kelontong di desa Srijaya Makmur terus berusaha mencari strategi sebaik mungkin. Mulai dari sisi harga, kelengkapan produk, promosi produk dan toko, serta pelayanan yang diberikan.

Tabel 1.1
Data Pengusaha Toko Kelontong Di Desa Srijaya Makmur

No	Nama	Jumlah Karyawan	Layanan antar barang	Kelengkapan produk	Promosi media sosial	Omset perhari
1.	Ahmad Husaini	4	Ya	Lengkap	Facebook	Rp.20 Juta-30 juta
2.	Irin Iripanto	3	Ya	Tidak ada produk pecah belah	-	Rp.15 Juta-25 Juta
3.	Libyati Ningsih	2	Tidak	Produk sembako kurang lengkap	Facebook dan WhatsApp	Rp.10 Juta-15 Juta
4.	Urvan Nur Robbi	2	Tidak	Produk sembako kurang lengkap	-	Rp.7 Juta - 12 Juta
5.	Samuji	2	Tidak	Lengkap	-	Rp.5 Juta - 10 Juta
6.	Tomas	2	Ya	Tidak ada produk pecah belah	-	Rp.15 Juta -25 Juta

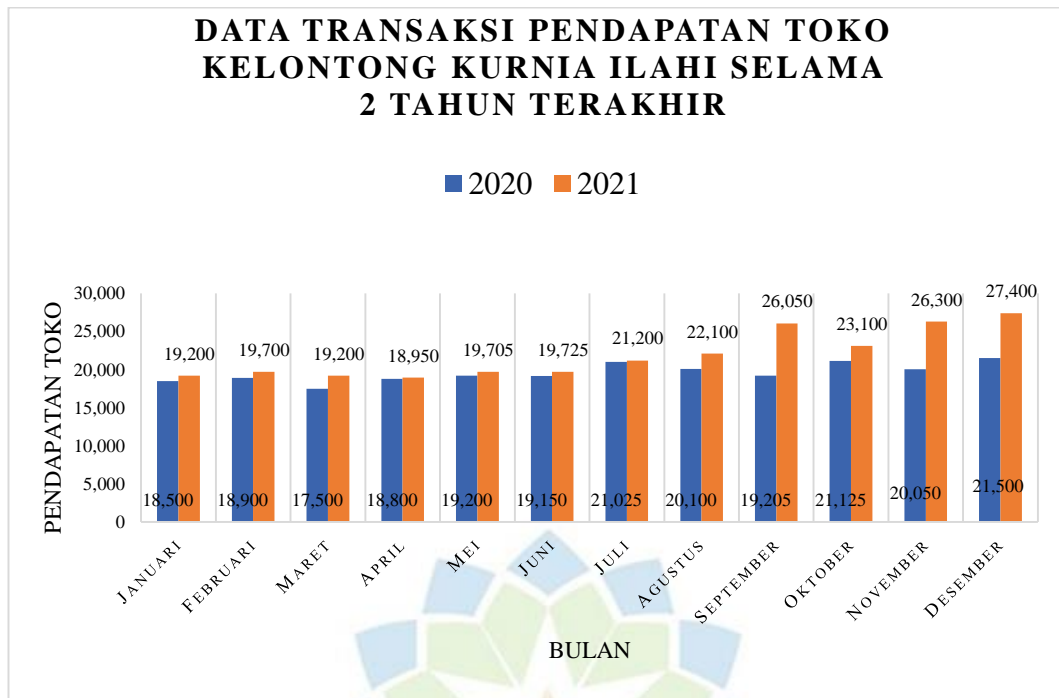
Disinilah peran Islam yang meletakkan ekonomi pada posisi tengah dan keseimbangan yang adil dalam masyarakat. Hal ini yang akan mendatangkan pengaruh dalam persaingan yang kemudian akan memicu timbulnya keseimbangan permintaan dan penawaran.

Hal ini dibenarkan oleh perkataan kepala Toko Kelontong Kurnia Ilahi yang didapatkan diawal observasi penelitian, ketika ditanya mengenai kendala utama

yang dihadapi oleh Toko Kelontong Kurnia Ilahi. Fenomena persaingan ketat yang terjadi seperti itu, mau tidak mau menuntut usaha toko kelontong untuk terus selalu berinovasi dalam memenuhi keinginan konsumen, yang mana toko kelontong harus terus menyesuaikan dirinya terhadap kondisi lingkungan yang kompleks dan selalu berubah – ubah dan mengalami perkembangan. Dalam prakteknya Toko Kelontong Kurnia Ilahi berhasil mempertahankan posisinya dalam menghadapi persaingan yang ada, hal ini dapat dilihat dari tabel 1.1 dan data pendapatan (tabel 1.2) yang didapatkan dari tahun ke tahun yang cukup signifikan (**Husaini, 2022**).

Tabel 1.2
Data Transaksi Pendapatan Toko Kelontong Kurnia Ilahi
selama 2 tahun terakhir

No.	Bulan	Pendapatan (Rupiah)	
		2020	2021
1.	Januari	18.500.000	19.200.000
2.	Februari	18.900.000	19.700.000
3.	Maret	17.500.000	19.200.000
4.	April	18.800.000	18.950.000
5.	Mei	19.200.000	19.705.000
6.	Juni	19.150.000	19.725.000
7.	Juli	21.025.000	21.200.000
8.	Agustus	20.100.000	22.100.000
9.	September	19.205.000	26.050.000
10.	Oktober	21.125.000	23.100.000
11.	November	20.050.000	26.300.000
12.	Desember	21.500.000	27.400.000
Total		235.055.000	262.630.000



Gambar 1.1 Data Transaksi Pendapatan Toko Kelontong Kurnia Ilahi selama 2 tahun terakhir

Dari tabel 1.2 dan gambar 1.1 di atas dapat di lihat bahwa, pendapatan Toko Kelontong Kurnia Ilahi mengalami kenaikan yang signifikan, dengan demikian bisa dikatakan bahwa tingginya tingkat pendapatan tentunya dipengaruhi oleh beberapa faktor salah satunya adalah sistem pelayanan yang baik. Berdasarkan penelitian terdahulu oleh Fuad Bayu Irawan tentang Menyingkap Kualitas Pelayanan Pada Toko Kelontong Aulia Anugerah Pati menyatakan bahwa, tingginya tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan di Toko Kelontong Aulia Anugerah Pati ini dilatar belakangi oleh kualitas pegawai menjadi acuan utama didalam sebuah toko kelontong aulia anugerah untuk mengatur sistem pelayanannya. Didukung dengan Tangible, lalu kemudahan dalam menerima permintaan konsumen, kemudian ketepatan waktu pengerjaan yang cepat, adanya

respon yang baik, kemudian komunikasi yang baik dengan konsumen (Irawan, 2020).

Selain itu dari hasil wawancara untuk memperoleh data awal bersama pemilik Toko Bapak Ahmad Husaini mengatakan “ ada beberapa kendala yang di hadapi dalam mengembangkan toko kelontong ini, seperti Banyaknya konsumen yang berhutang, Harga tawar konsumen yang cenderung dibawah modal, ketidaksabaran konsumen dalam menunggu pelayanan ketika toko ramai. Untuk mengantisipasi kendala tersebut, toko kelontong kurnia ilahi memegang beberapa prinsip agar tokonya tetap eksis, berikut diantara beberapa prinsipnya : Kejujuran, Ketekunan, Kesabaran dan Bekerja untuk beribadah”. (Husaini, 2022)

Berdasarkan teori dan realita dari uraian di atas. Saya akan meneliti dan menganalisis kesesuaian prinsip yang diterapkan di toko kelontong Kurnia Ilahi dengan Prinsip pelayanan bisnis islam. Sehingga peneliti tertarik mengambil judul penelitian "**Analisis Kualitas Pelayanan Toko Kurnia Ilahi Dalam Perspektif Islam**".

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan terkait analisis kualitas pelayanan toko Kurnia Ilahi dalam perspektif islam, masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan toko Kelontong Kurnia Ilahi terhadap konsumen?
2. Bagaimana kualitas pelayanan toko Kelontong Kurnia Ilahi dalam perspektif islam?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang masalah, rumusan masalah, dan judul penelitian diatas, maka tujuan penelitian dapat disusun sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan yang diberikan toko Kelontong Kurnia Ilahi terhadap konsumen.
2. Untuk mengetahui kualitas pelayanan toko Kelontong Kurnia Ilahi dalam perspektif islam.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang ingin dicapai, diharapkan penelitian ini dapat memberikan sumbangsih pemikiran yang bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan khususnya toko Kurnia Ilahi. Dari penelitian yang dilakukan maka penulis sangat berharap semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat yang berarti. Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara teoritis dapat dijadikan sebagai bahan informasi bagi penelitian lebih lanjut yang mempunyai minat besar dalam membuka permasalahan-permasalahan ekonomi islam dan sebagai bahan referensi bagi pembaca.
2. Secara praktis diharapkan dapat berguna sebagai bahan pemikiran lebih lanjut dan bahan kajian bagi semua pihak yang berkepentingan memberi masukan (pengetahuan) bagi pemilik toko, karyawan toko Kelontong Kurnia Ilahi dalam menciptakan kepuasan konsumen dalam menjalankan bisnis sesuai dengan prinsip Islam.