

**STRATEGI PELAYANAN JASA SERVIS MOBIL DALAM
MENINGKATKAN PELANGGAN DITINJAU DARI
ETIKA BISNIS ISLAM
(Studi Kasus Bengkel Mobil Zhafira Masamba Kabupaten Luwu
Utara)**

Skripsi

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E) pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Institute Agama
Islam Negeri (IAIN) Palopo*



Oleh

Nur Amalia

17 0403 0073

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO**

2022

**STRATEGI PELAYANAN JASA SERVIS MOBIL DALAM
MENINGKATKAN PELANGGAN DITINJAU DARI
ETIKA BISNIS ISLAM
(Studi Kasus Bengkel Mobil Zhafira Masamba Kabupaten Luwu
Utara)**

Skripsi

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E) pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Institute Agama
Islam Negeri (IAIN) Palopo*



Oleh

Nur Amalia

17 0403 0073

Pembimbing:

Muh. Shadri Kahar Muang, S.E., M.M.

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2022**

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Nur Amalia
NIM : 17 0403 0073
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul : Strategi Pelayanan Jasa Servis Mobil Dalam
Meningkatkan Pelanggan Ditinjau Dari Etika Bisnis
Islam (Studi Kasus Bengkel Mobil Zhafira Masamba
Kabupaten Luwu Utara)

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi ini benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan atau karya orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan yang ada didalamnya adalah tanggung jawab saya.

Bilamana dikemudian hari pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administratif atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 20 April 2022

Yang membuat pernyataan



Nur Amalia

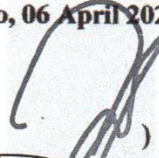
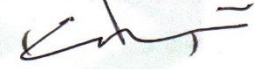
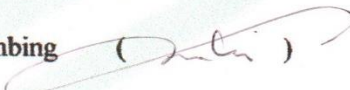
NIM 17 0403 0073

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul Strategi Pelayanan Jasa Servis Mobil dalam Meningkatkan Pelanggan ditinjau dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Bengkel Mobil Zhafira di Masamba, Kabupaten Kuwu Utara.), yang ditulis oleh Nur Amalia Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 17 0403 0073, mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Selasa, tanggal 29 November 2022 Miladiyah bertepatan dengan Jumadil Awal 1444 Hijriyah, telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (SE).

Palopo, 06 April 2023

TIM PENGUJI

- | | | |
|--|-------------------|---|
| 1. Dr. Takdir, S.H., M.H. | Ketua Sidang | () |
| 2. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A. | Sekretaris Sidang | () |
| 3. Ilham, S.Ag., M.A. | Penguji I | () |
| 4. Edi Indra Setiawan, S.E., M.M. | Penguji II | () |
| 5. Muh. Shadri Kahar Muang, S.E., M.M | Pembimbing | () |

Mengetahui :

a.n Rektor IAIN Palopo
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Takdir, S.H., M.H.
NIP.19790724 200312 1 002

Ketua Program Studi
Manajemen Bisnis Syariah



Muzayyanah Labani, S.E., M.M.
NIP.19750104 200501 2 003

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ, الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَ بِهِ نَسْتَعِينُ عَلَى أُمُورِ الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ وَ
الصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَصْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَ الْمُرْسَلِينَ وَ عَلَى آلِهِ وَ الصَّحْبِهِ
أَجْمَعِينَ. أَمَّا بَعْدُ

Alhamdulillah hiRobbil ‘Alamin, segala puji bagi Allah SWT, Tuhan pencipta sekalian alam. Alhamdulillah atas rahmat Allah SWT dan juga hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul “Strategi Pelayanan Jasa Sevis Mobil Dalam Meningkatkan Pelanggan Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam”. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada haribaan kita Nabi Agung, Nabi Muhammad SAW, keluarga dan berserta sahabat-sahabatnya.

Skripsi ini disusun sebagai syarat yang harus diselesaikan, guna memperoleh gelar sarjana ekonomi pada bidang manajemen bisnis syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) palopo. Sehingga penelitian skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan, bimbingan serta dorongan dari banyak pihak walaupun penelitian skripsi ini masih jauh dari kata kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang tak terhingga dengan penuh ketulusan hati dan keikhlasan. Terkhusus kepada kedua orang tua tercinta Ayahanda Daha dan Ibunda Simi yang telah mengasuh dan mendidik putrinya dengan penuh kasih sayang sejak lahir sampai sekarang, begitu banyak pengorbanan yang telah diberikan kepada penulis baik secara moral maupun

material. sungguh penulis sadar tidak mampu untuk membalas semua itu, hanya doa yang dapat penulis persembahkan semoga senantiasa berada dalam limpahan kasih sayang Allah Swt. Selanjutnya, penulis juga mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Rektor IAIN Palopo, Bapak Dr. Abdul Pirol, M. Ag, Wakil Rektor I, Bapak Dr. H. Muammar Arafat, M.H., Wakil Rektor II, Bapak Dr. Ahmad Syarief Iskandar, S.E., M.M., dan Wakil Rektor III, Bapak Dr. Muhaemin, M.A. yang telah memberikan kesempatan kepada peneliti menuntut ilmu pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Negeri Palopo
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo, Dr. Takdir, S.H., Wakil Dekan Bidang Akademik Dr. Muhammad Ruslan Abdullah, S.E.I., M.A., Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan, dan Keuangan, Tajuddin, S.E. M.Si., Ak., CA., Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerja Sama, Ilham, S.Ag., M.A., yang telah banyak memberikan petunjuk sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Ibu Muzayyanah Jabani, ST., M.M., Sekretaris Prodi Manajemen Bisnis Syariah Bapak Nurdin Batjo, S.Pt., M.M., M.Si., beserta staf Helmina Yuliana Justo S.E. dan Fadilla S.AP., yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Pembimbing, Bapak Muh. Sadri Kahar Muang S.E., M.M yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis dengan tulus dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Penguji I Bapak Ilham, S.Ag., M.A. dan penguji II Bapak Edi Indra

Setiawan, SE., M.M, yang telah banyak memberikan arahan untuk menyelesaikan skripsi ini

6. Penasihat Akademik Bapak Dr. Adzan Noor Bakri, M.A.EK
7. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan ilmu dan bantuan selama ini sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir Skripsi ini, serta seluruh staf yang telah membantu dalam pelayanan Akademik
8. Kepala perpustakaan, Bapak Madehang, S.Ag.,M.Pd., beserta karyawan dan karyawan dalam lingkup IAIN Palopo yang telah banyak membantu mengumpulkan literatur yang berkaitan dengan pembahasan skripsi ini.
9. Kepada kakak tercinta, Manda, Sinar, Asia, Ansa, Nurhidayah, terima kasih atas doa dan segala dukungan
10. Kepada teman-teman seperjuangan khususnya kelas MBS B angkatan 2017 yang memberikan semangat dan memberikan semangat dan memberikan bantuan selama proses pembelajaran di Institut Agama Islam (IAIN) Palopo.
11. Kepada sahabat seperjuangan Darmawati, Heni, Tika, Irawati, Ratna Sari, Rahma Sarita, Nurul Hafiza, Firda Wardani, dan hasmita serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan semua oleh peneliti, yang selalu setia menemani, mendukung dan membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Kepada Kakanda bobi yang memotivasi dan memberi semangat dalam penyusunan skripsi ini

Akhirnya penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini meskipun banyak hambatan dan ketegangan namun dapat dilewati dengan baik, karena selalu ada dukungan dan motivasi yang tak terhingga dari berbagai pihak. Semoga bernilai ibadah dan mendapatkan pahala dari Allah Swt. Aamiin

Palopo, 28 Oktober 2021

Peneliti

Nur Amalia

Nim : 17 0403 0073

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

A. *Transliterasi Arab-Latin*

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada tabel berikut:

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba ^ʿ	B	Be
ت	Ta ^ʿ	T	Te
ث	Ša ^ʿ	Š	Es dengan titik di atas
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa ^ʿ	Ḥ	Ha dengan titik di bawah
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	Zet dengan titik di atas
ر	Ra ^ʿ	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Esdan ye

ص	Ṣad	Ṣ	Es dengan titik di bawah
ض	Ḍaḍ	Ḍ	De dengan titik di bawah
ط	Ṭa	Ṭ	Te dengan titik di bawah
ظ	Ẓa	Ẓ	Zet dengan titik di bawah
ع	„Ain	„	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Fa
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha“	H	Ha
ء	Hamzah	“	Apostrof
ي	Ya“	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (”).

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal

tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	<i>fathah</i>	a	a
اِ	<i>kasrah</i>	i	i
اُ	<i>ḍammah</i>	u	u

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَيَّ	<i>fathah dan yā'</i>	ai	a dan i
اَوَّ	<i>fathah dan wau</i>	au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*
هَوْلَ : *haula*

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ... اِ... اُ...	<i>fathah dan alif atau yā'</i>	ā	a dan garis di atas
يَ	<i>kasrah dan yā'</i>	ī	i dan garis di atas
وُ	<i>ḍammah dan wau</i>	ū	u dan garis di atas

مَاتَ	: māta
رَمَى	: rāmā
قِيلَ	: qīla
يَمُوتُ	: yamūtu

4. Tā marbūtah

Transliterasi untuk *tā'' marbūtah* ada dua, yaitu *tā'' marbūtah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *dammah*, transliterasinya adalah [t]. sedangkan *tā'' marbūtah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *tā'' marbūtah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tā'' marbūtah* itu ditranslasikan dengan ha [h].

Contoh

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ	: raudah al-atfāl
الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ	: al-madīnah al-fādilah
الْحِكْمَةُ	: al-hikma

5. Syaddah (*Tasydīd*)

Syaddah atau *tasydīd* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydīd* (ˆ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

رَبَّنَا	: <i>rabbanā</i>
نَجِّينَا	: <i>najjainā</i>
الْحَقِّ	: <i>al-haqq</i>
نُعَمِّ	: <i>nu"ima</i>
عَدُوِّ	: „ <i>afuwwun</i>

Jika huruf *ber-tasydid* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah (ـِ), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi *ī*.

Contoh:

عَلِيٍّ	: „ <i>Alī</i> (bukan „ <i>Aliyy</i> atau <i>A"ly</i>)
عَرَبِيٍّ	: „ <i>Arabī</i> (bukan <i>A"rabiyy</i> atau „ <i>Arabiya</i>)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf *alif lam ma"rifah* (ال). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiyah* maupun huruf *qamariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسُ	: <i>al-syams</i> (bukan <i>asy-syamsu</i>)
الزَّلْزَلَة	: <i>al-zalزالah</i> (bukan <i>az-zalزالah</i>)
الْفَلْسَفَة	: <i>al-falsafah</i>
الْبِلَادُ	: <i>al-bilādu</i>

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (‘) hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ	: <i>ta‘murūna</i>
النَّوْعُ	: <i>al-nau‘</i>
شَيْءٌ	: <i>syai‘un</i>
أُمِرْتُ	: <i>umirtu</i>

8. Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya,

kata al-Qur‘an (dari *al-Qur‘ān*), alhamdulillah, dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh.

Contoh:

Syarh al-Arba‘īn al-Nawāwī Risālah fī Ri‘āyah al-Maslahah

9. Lafz al-Jalālah

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jar dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai mudāfilaih (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

دِينُ اللَّهِ : *dīnullāh*
بِاللَّهِ : *billāh*

Adapun tā‘marbūtah di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalālah*, diteransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُمْ فِي رَحْمَةِ اللَّهِ :

hum fī rahmatillāh

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului

oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR). Contoh:

Wa mā Muhammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wudi`a linnāsi lallazī bi Bakkata mubārakan

Syahru Ramadān al-lazī unzila fīhi al-Qurān

Nasīr al-Dīn al-Tūsī

Nasr Hāmid Abū Zayd

Al-Tūfī

Al-Maslahah fī al-Tasyrī` al-Islāmī

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abū (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus *disebutkan* sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi.

Contoh:

Abū al-Walīd Muhammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd,
Abū al- Walīd Muhammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad
Ibnu)

Nasr Hāmid Abū Zaīd, ditulis menjadi: Abū Zaīd, Nasr Hāmid
(bukan, Zaīd

11. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

SWT. = Subhanahu Wa Ta,,ala

SAW. = Sallallahu ,,Alaihi Wasallam

AS = ,,Alaihi Al-Salam

H = Hijrah

M = Masehi

SM = Sebelum Masehi

l = Lahir Tahun (untuk orang yang masih hidup saja)

W = Wafat Tahun

QS .../...: 4 = QS al-Baqarah/2: 4 atau QS Ali ,,Imran/3: 4

HR = Hadis Riwayat

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
PRAKATA.....	v
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN	ix
DAFTAR ISI.....	xviii
DAFTAR AYAT.....	xx
DAFTAR HADIS	xxi
DAFTAR GAMBAR.....	xxii
DAFTAR LAMPIRAN	xxiii
DAFTAR ISTILAH	xxiv
ABSTRAK	xxv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah	6
C. Rumusan Masalah.....	6
D. Tujuan Penelitian	6
E. Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN TEORI	8
A. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	8
B. Deskripsi Teori.....	10
1. Strategi.....	10
2. Pelayanan (Jasa)	13
3. Peningkatan Pelanggan.....	23
4. Etika Bisnis Islam.....	24
C. Kerangka Pikir	37
BAB III METODE PENELITIAN	39
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	39
B. Subjek Penelitian	39
C. Definisi Istilah.....	40
D. Lokasi Penelitian.....	41
E. Sumber Data	41
F. Teknik Pengumpulan Data.....	42
G. Teknik Analisis Data.....	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	46
A. Gambaran Lokasi Penelitian	46
B. Hasil Penelitian	49

C. Pembahasan	54
BAB V PENUTUP.....	65
A. Kesimpulan	65
B. Saran	65
DAFTAR PUSTAKA.....	67
LAMPIRAN	

DAFTAR AYAT

Kutipan Ayat Qs. At-Taubah :105	4
Kutipan Ayat Qs. Al-Baqara: 247	22
Kutipan Ayat Qs. Nahl : 125	23
Kutipan Ayat Qs. An-Nisa: 29	30
Kutipan Ayat Qs. At-Taubah:119	55
Kutipan Ayat Qs. An-Nisa:135	57
Kutipan Ayat Qs. Nuthafifin:1-3	59

DAFTAR HADIS

Kutipan Hadis Bukhari dan Muslim	42
--	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.....	37
Gambar 2.1.....	48

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Data Informan

Lampiran 2 Lembar Pedoman Wawancara

Lampiran 3 Dokumentasi

Lampiran 4 Riwayat Hidup

DAFTAR ISTILAH

SWT	= <i>Subhana wata''ala</i>
SAW	= <i>Shallallahu''alaihi wasallam</i>
AS	= <i>„Alahi Salam</i>
QS.../...:4	= Q.S Ali Imran /:159 atau Q.S An-Nisa/4:29
HR	= Hadist Riwayat
IAIN	= Institut Agama Islam Negeri

ABSTRAK

Nur Amalia, 2022” Strategi Pelayanan Jasa Servis Mobil Dalam Meningkatkan Pelanggan Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Bengkel Mobil Zhafira Di Masamba, Kabupaten Luwu Utara)”. Skripsi program studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institute Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Dibimbing oleh Bapak Muh. Shadri Kahar Muang, S.E.,M.M

Skripsi ini membahas tentang Strategi Pelayanan Jasa Sevis Mobil Dalam Meningkatkan Pelanggan Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Bengkel Mobil Zhafira Di Masamba, Kabupaten Luwu Utara). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pelayanan jasa servis mobil dalam meningkatkan pelanggan ditinjau dari etika bisnis Islam. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang berfokus pada deskripsi dan analisis. Adapun subjek penelitian adalah pihak perusahaan dan pelanggan. Penelitian ini menggunakan dua sumber data yaitu data primer dan data sekunder dan teknik pengumpulan yang digunakan adalah wawancara, observasi dan dokumentasi. Adapun hasil dari penelitian yang dilakukan mengenai strategi pelayanan Jasa Strategi Pelayanan yang diberikan bengkel Zafira secara umum sudah baik, diantaranya kejujuran, kesopanan dan keramahan, keadilan, kecepatan dan ketepatan dalam bekerja, mutu barang yang bagus, harga jasa yang diberikan standar (kompetitif). Namun masih ada beberapa yang masih belum, diantaranya kebersihan yang masih kurang, fasilitas yang masih kurang lengkap dan ketersediaan barang yang masih kurang lengkap.

Kata kunci: *Pelayanan Jasa Pelanggan, etika bisnis Islam*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia bisnis perindustrian terutama dalam bidang otomotif di Sulawesi selatan, semakin mengakibatkan perekonomian berkembang sehingga daya servis beli masyarakat semakin meningkat, salah satunya bengkel mobil Zhafira. Fenomena tersebut diikuti pesatnya perkembangan perusahaan penyedia barang atau jasa service mobil. Keberadaan bengkel mobil tersebut mampu mempermudah masyarakat untuk memenuhi kebutuhan dalam menjalankan aktivitas sebagai pengendara roda empat (mobil). Banyaknya pengguna kendaraan mobil menjadi sebuah kesempatan bagi sektor bisnis otomotif untuk mengembangkan produk serta pelayanan jasa di Sulawesi selatan, khususnya Luwu Utara Kota Masamba. Berkembangnya industri otomotif yang pesat di Indonesia terutama di Sulawesi selatan tentu sangat berpengaruh bagi produsen otomotif serta akan menimbulkan banyaknya pesaing yang bermunculan dari industri otomotif tersebut yang akan menjadi suatu ancaman terhadap perusahaan. Salah satu usaha Bengkel mobil di Sulawesi selatan ialah bengkel mobil Zhafira. Bengkel Zhafira pertama kali berdiri tahun 2017 yang terletak di pinggir jalan poros Masamba, Kabupaten Luwu Utara. Bengkel ini sebelumnya hanya melayani pelayanan jasa saja seperti servis mobil dengan peralatan seadanya dan belum mempunyai karyawan. Seiring berjalannya waktu pada tahun 2019 bengkel tersebut mengalami perkembangan dari segi tempat, peralatan maupun barang.

Dengan perkembangan bengkel, kini bengkel tersebut memiliki kemajuan, peningkatan pelanggan dan dikenal di Kabupaten Luwu Utara khususnya di Kota

masamba. Pelanggan adalah orang yang paling penting dalam perusahaan ini. Pelanggan tidak bergantung kepada perusahaan, tetapi perusahaanlah yang bergantung kepadanya.¹ Tanpa pelanggan, bisnis tidak dapat berjalan dengan baik. jadi perusahaan harus memulai memikirkan betapa pentingnya pelayanan pelanggan atau pelayanan terhadap konsumen secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena sekarang semakin di sadari bahwa pelayanan dalam meningkatkan pelanggan merupakan aspek penting dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan. Apabila kinerja tidak dibawah harapan maka pelanggan akan merasa tidak puas, sedangkan kinerja sesuai dengan harapan maka pelanggan akan merasa puas. Sedangkan kinerja melebihi harapan maka pelanggan akan merasa sangat puas².

Dalam dunia bisnis zaman sekarang sudah sangatlah banyak penyediaan jasa servis mobil baik itu pelayanan servis mobil atau penyediaan jasa pencuci mobil. Servis umumnya mencerminkan produk tidak berwujud fisik (*intangible*) atau sektor industri spesifik, seperti pendidikan, kesehatan, telekomunikasi, transportasi perhotelan, konstruksi perdagangan, rekreasi dan seterusnya.³ Bengkel zhafira di kota masamba selalu berusaha memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggannya. Seperti memberikan fasilitas kendaraan beroda dua kepada konsumen yang memiliki keperluan mendadak, apabila mobil dalam keadaan proses di service. Karena pelanggan bagi bengkel tersebut sangat penting, agar usaha terus memiliki pemasukan dari pelanggan dan

¹Hadi Irawan, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2002), h. 7

² Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2001), h. 60.

³Muhammad Syakir, *Asuransi Syariah (Life and General)*, Jakarta:Gema Insani 2004, h.747

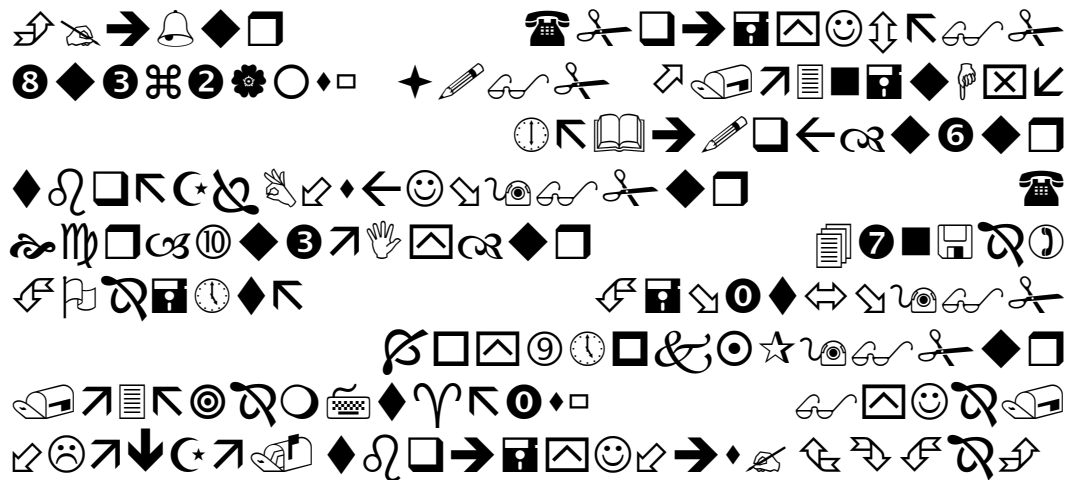
usaha bisa tetap berjalan sesuai yang diinginkan bengkel tersebut. Sehingga pihak bengkel tersebut memberikan pelayanan jasa terhadap konsumen setiap karyawan harus berlaku *ihsan*, artinya karyawan harus bisa memberikan pelayanan yang baik, cepat, optimal dan tuntas kepada konsumennya, sehingga konsumen tersebut merasa senang dan bahagia dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak perusahaan tersebut. Dan sikap melayani mestilah menjadi bagian dari kepribadian semua karyawan yang bekerja.⁴

Bengkel zhafira selain melakukan service mobil, bengkel tersebut juga memberikan fasilitas pelayanan kepada pelanggannya. Menurut pemilik usaha tamu adalah raja, sehingga harus dilayani dengan baik. Pelayanan ini dapat menambah daya tarik kepada konsumen yang merasakan pelayanan tersebut. Pelayanan yang dilakukan sebuah bengkel agar memiliki pelanggan yang setia dan bagus, yang menjadi harapan adalah customer atau pelanggan agar terus menerus bertambah jumlahnya dari hari ke hari, itu adalah harapan semua bengkel. Jika sebuah bengkel memiliki keinginan diatas maka tidak lepas dari pelayanan jasa yang baik, ramah, ketepatan, kebersihan, jaminan kenyamanan, keadilan, pertanggungjawaban dan sebagainya. Dilihat dari fenomena di atas ternyata memiliki beberapa masalah.

Islam mengajarkan manusia agar menjalankan hidup sesuai dengan syariat agama islam dengan mengarahkan perekonomian Indonesia yang berlandaskan Al-qur'an. Bangsa Indonesia yang mayoritas penduduknya beragama islam adalah Negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia. Suatu tantangan besar bagi umat Islam adalah bagaimana membangun ekonomi yang selaras dengan ideologi

⁴Fandy Tjiptono, *Prinsip Prinsip Total Quality Servis*, (Yogyakarta : C.V Andi Offset 2005), h. 128

Islam. Banyak kalangan masyarakat islam yang menilai dan memahami permasalahan ekonomi sebagai persoalan dunia yang lepas dari aturan agama sehingga menyepelkan hal-hal yang diharamkan dalam agama. Dalam islam ayat yang menjelaskan tentang pelayanan diatur dalam al-quran sebagaimana dalam surah at-taubah ayat 105:



*“Dan Katakanlah Bekerjalah kamu, maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) yang mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan”.*⁵

Apabila seseorang sudah mengerti dengan perintah Allah swt yang mengharamkan riba, maka manusia tidak akan terjebak lagi apabila melakukan transaksi jual beli dengan pelaku ekonomi manapun. Dalam konteks islam, setidaknya ada empat landasan yang perlu diperhatikan, yaitu:⁶

⁵Kementerian Agama Republik Indonesia, Al-quran dan Terjemahan, Hal.203

⁶Zein-Santoni. *Berbagi Karya Bersama Zein Santoni*. Blogspot.in

1. Landasan Tauhid

Makna tauhid dalam konteks etika islam adalah kepercayaan penuh dan murni terhadap keEsaan Tuhan, kepercayaan itu menyebabkan manusia meyakini bahwa semuanya adalah milik Allah yang nantinya akan mempengaruhi bagaimana harus menyeimbangkan kebutuhan material dan spiritual. Dimana landasan Tauhid merupakan pondasi bagi setiap muslim dalam melangkah dan menjalankan fungsi hidupnya, diantaranya fungsi aktivitas ekonomi. Tauhid artinya memandang bahwa segala asset dari transaksi bisnis yang terjadi di dunia adalah milik Allah, manusia hanya mendapatkan amanah untuk mengelolanya.

2. Landasan keadilan dan keseimbangan

Landasan keadilan dalam ekonomi berkaitan dengan pembagian manfaat kepada semua komponen dan pihak terlibat dalam usaha ekonomi, segala keputusan yang menyangkut transaksi dengan lawan bisnis atau kesepakatan kerja harus dilandasi dengan akad saling setuju. Landasan keseimbangan berkaitan dengan kewajiban terjadinya perputaran kekayaan pada semua anggota masyarakat mencegah terjadinya konsentrasi bisnis hanya pada segelintir orang.

3. Landasan kehendak bebas

Memiliki kehendak bebas, yakni potensi untuk menentukan pilihan ya g beragam. Kebebasan manusia tidak dibatasi, maka manusia memiliki pola untuk menentukan pilihan yang salah ataupun yang benar. Oleh karena itu kebebasan manusia untuk melakukan kegiatan ekonomi haruslah dengan cara-cara yang benar, adil, dan mendatangkan manfaat bagi masyarakat luas menurut Al-qur'an dan

sunnah rasul. Manajemen mempersilahkan umatnya untuk menumpahkan kreativitas dalam melakukan transaksi bisnisnya sepanjang memenuhi asas hukum ekonomi islam, yaitu halal.

4. Landasan pertanggungjawaban

Bertanggungjawab atas apa yang dilakukan terhadap tuhan, diri sendiri, masyarakat, dan terhadap lingkungan sekitar.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis tertarik mengambil judul **“Strategi Pelayanan Jasa Servis Mobil Dalam Meningkatkan Pelanggan Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam** (Studi Kasus Bengkel Mobil Zhafira Di Masamba, Kabupaten Luwu Utara)”.

B. Batasan Masalah

Agar terlaksananya penelitian yang fokus serta mendalam, maka penulis membatasi dirinya hanya berkaitan dengan “strategi pelayanan jasa servis mobil dalam meningkatkan pelanggan ditinjau dari etika bisnis islam.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka dirumuskan pokok masalah yang diteliti adalah bagaimana strategi pelayanan jasa servis mobil dalam meningkatkan pelanggan ditinjau dari etika bisnis islam?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian yang akan dicapai adalah untuk mengetahui strategi pelayanan jasa servis mobil dalam meningkatkan pelanggan ditinjau dari etika bisnis Islam.

E. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan akan memberi informasi-informasi bagi para pelanggan yang membutuhkan jasa service mobil. Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan pengetahuan serta menjadi data tambahan sebagai informasi yang berguna, dan menjadi salah satu referensi untuk penelitian berikutnya mengenai tentang strategi pelayanan jasa servis mobil dalam meningkatkan pelanggan ditinjau dari etika bisnis Islam.

2. Manfaat Praktis

Hasil yang diperoleh dapat menjadi masukan bagi pihak- pihak yang berkepentingan khususnya bagi penyusun, dan umumnya bagi instansi yang bersangkutan dan lembaga- lembaga yang bersangkutan dalam ekonomi bisnis Islam serta bagi Manajemen Bisnis. Sehingga tidak hanya memanfaatkan media saja seperti iklan dan brosur.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Dalam penelitian ini dibutuhkan penelitian terdahulu yang relevan untuk membandingkan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan. Penelitian terdahulu juga dapat digunakan untuk membantu memperoleh teori-teori yang dibutuhkan dalam penelitian ini, selain itu kita juga dapat memperoleh pengetahuan baru yang sesuai dengan apa yang akan diteliti nanti. Dengan judul “Perilaku Pengusaha Bengkel dalam Pelayanan Jasa Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam Di Kota Bengkulu (Studi Kasus Bengkel S.B)”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelayanan jasa yang diterapkan melalui wawancara kepada 10 orang nasabah yang melakukan service kendaraan di bengkel tersebut. 7 diantaranya masih mengatakan bahwa pelayanan di bengkel Sis Brewok masih kurang baik atau masih buruk, Kebijakan yang menyangkut pelayanan terhadap nasabah masih kurang baik.

Sedangkan untuk mencapai pelayanan jasa yang baik menurut prinsip etika bisnis Islam harus memenuhi lima aspek (1) tauhid (2) keseimbangan atau keadilan (3) kehendak bebas (4) tanggung jawab.⁷ Perbedaan penelitian adalah penelitian ini mengkaji tentang perilaku pengusaha bengkel dalam pelayanan jasa sedangkan penelitian saya lebih merujuk mengenai strategi pelayanan jasa dalam meningkatkan pelanggan.

⁷ Rahmat Fauzi, “*Perilaku Pengusaha Bengkel Dalam Pelayanan Jasa Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam Kota Bengkulu (Studi Kasus Bengkel Sis Brewok)*” (Iain Bengkulu, 2019).

Lia Fajriani, dengan judul “Analisis Strategi *Mix Marketing* Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Bengkel Rizky Motor Di Kabupaten Banjar”. Hasil penelitian ini yaitu menunjukkan (1) strategi mix marketing yang digunakan Bengkel Rizky Motor di Kabupaten Banjar sudah cukup baik (2) strategi mix marketing Bengkel Rizky Motor dalam meningkatkan penjualan pada Bengkel Rizky Motor di Kabupaten Banjar dalam hal produk sudah dapat dilihat dari kualitas itu sendiri, dengan harga dan potongan yang ditawarkan, tempat yang strategis, dan berbagai macam promosi, hal ini mengindikasikan para pemimpin memahami apa yang dapat dilakukan serta semakin aktif dalam bidang pemasaran untuk meningkatkan kesuksesan penjualan selanjutnya.⁸ Perbedaan penelitian ini yaitu dilakukan bengkel motor sedangkan penelitian saya dilakukan di bengkel mobil

“Analisis Kualitas Pelayanan Pada Pt. Wangsa Indra Permana Service Mobil Audi Center Halim”. Hasil penelitian ini yaitu pelayanan bengkel Audi Center Halim, secara umum sudah baik. Dengan pendukung pelayanan berupa: merawat mobil dengan baik, fasilitas memadai, keramahan pada pelanggan, dan pengawasan langsung oleh kepala bengkel.⁹ Perbedaan penelitian ini yaitu lokasi penelitian ini terletak di Pt Wangsa Indra Permana di Jakarta Timur sedangkan penelitian saya terletak di bengkel Mobil Zhafira Masamba Kabupaten Luwu Utara.

⁸ Lia Fajriani, “Analisis Strategi *Mix Marketing* Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Bengkel Rizky Motor Di Kabupaten Banjar” (Universitas Islam Kalimantan MAB, 2021).

⁹ Ira Retno and Desmawati Desmawati, “Analisis Kualitas Pelayanan Pada Pt. Wangsa Indra Permana Service Mobil Audi Center Halim,” *Jurnal Administrasi dan Manajemen* 8, no. 2 (2018).

“Tinjauan Nilai-nilai Etika Pelayanan Islam Terhadap Sistem Pelayanan Jasa Di Bengkel Ricky Motor Kota Bengkulu” Sistem pelayanan yang diberikan yaitu pelayanan yang lebih memprioritaskan kepuasan pelanggan, mengedepankan sikap kejujuran, tanggungjawab dan kehati-hatian dalam proses atau pelaksanaan service motor. Sistem pelayanan jasa yang diberikan oleh bengkel ricky motor sesuai dengan tinjauan nilai-nilai etika pelayanan islam.¹⁰ Perbedaan penelitian ini yaitu:

B. Deskripsi Teori

1. Strategi

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani “strategos” (Stratus=Militer dan Ego=Pemimpin) yang berarti “generalship” atau sesuatu yang dikerjakan oleh para jendral perang yang membuat rencana untuk memenangkan perang. Konsep relevan dengan situasi zaman dahulu yang sering diwarnai perang. Pada awalnya kata “strategi” ini digunakan untuk kepentingan militer saja, tetapi kemudian berkembang ke berbagai bidang yang berbeda seperti strategi bisnis, olahraga, catur, ekonomi, pemasaran, perdagangan, manajemen strategi dan lain-lain.¹¹

Menurut Stefani K. Marrus, strategi dapat didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat tercapai. Menurut Chandler strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang,

¹⁰ Agung Wibowo, “Tinjauan Nilai-Nilai Etika Pelayanan Islam Terhadap Sistem Pelayanan Jasa Di Bengkel Ricky Motor Kota Bengkulu” Uin Fatmawati Soekarno, (2021).

¹¹ Sitti Aminah Chaniago, “Perumusan Manajemen Strategi Pemberdayaan Zakat”, 2014

program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya. Sedangkan menurut porter strategi adalah alat yang sangat penting untuk mencapai keunggulan bersaing. Selain dari tiga pakar diatas, ada juga pendapat dari pakar lain yang mendefinisikan strategi dengan konsep yang berbeda. Menurut Learners, Kristen Sans, Andreus, dan Goth, strategi merupakan alat untuk menciptakan keunggulan bersaing. Dengan demikian salah satu fokus strategi adalah memutuskan apakah bisnis tersebut harus ada atau tidak ada.¹²

Strategi melaksanakan pelayanan sangat baik tidaklah semudah membalikan telapak tangan, namun tidak sedikit faktor yang harus kita pertimbangkan dengan cara teliti, disebabkan oleh upaya proses tingkat baik buruknya layanan berdampak penting terhadap budaya organisasi dengan cara keseluruhan, karena usaha penyempurnaan tingkat baik buruknya layanan berdampak penting terhadap budaya organisasi dengan cara keseluruhan. Diantara berbagai faktor yang harus mendapatkan perhatian terpenting adalah Pertama menentukan faktor utama kualitas layanan, kedua mengelola ekspektasi pelanggan, ketiga mengolah bukti kualitas pelayanan, keempat pendidikan konsumen tentang layanan, kelima menumbuh kembangkan budaya kualitas, menciptakan automating quality, menindaklanjuti layanan, dan mengembangkan sistem informasi kualitas layanan.

- a. Mengidentifikasi determinan utama kualitas layanan.

¹² Husein Umar, *Desain Penelitian Manajemen Strategik: Cara Mudah Meneliti Masalah-Masalah Manajemen Strategik untuk Skripsi, Tesis, dan Praktik Bisnis*, Jakarta: Rajawali Pers, 2010, h.16

Tiap yang menyediakan layanan harus berusaha memberikan layanan berkualitas terbaik kepada para pelanggan sasaran. Usaha ini memerlukan proses mengidentifikasi faktor yang menentukan atau faktor penentu utama kualitas layanan berdasarkan sudut pandang pelanggan, contohnya keadaan aman transaksi (pengguna kartu kredit yang berbelanja dengan cara online), harga dan kelengkapan koleksi (tokoh buku), keadaan aman, tepat waktu, layanan selama penerbangan dan harga (jasa penerbangan), dan lain-lain.

Langkah pertama yang harus dilakukan adalah riset mendalam dalam rangka memahami determinan terpenting yang digunakan pelanggan sebagai kriteria utama dalam mengevaluasi layanan atau jasa spesifik. Langkah berikut adalah mengidentifikasi penilaian yang diberikan pelanggan kepada perusahaan dan pesaing berdasarkan determinan-determinan tersebut. Dengan cara ini bisa diketahui posisi perusahaan diminta pelanggan dibandingkan para pesaing, sehingga perusahaan bisa memfokuskan usaha peningkatan kualitasnya pada determinan-determinan spesifik yang membutuhkan perbaikan. Seiring dengan dinamika kompetisi dan perubahan perilaku pelanggan, perusahaan harus mengamati perkembangan tiap determinan sepanjang waktu, karena sangat mungkin yang didahulukan dan diutamakan pasar menjadi tujuan yang mengalami perubahan.

b. Mengolah ekspektasi pelanggan

Tidak ada perusahaan yang berusaha melakukan segala cara untuk memikat sebanyak mungkin pelanggan, termasuk diantaranya mendramatisasi atau melebih-lebihkan pesan komunikasinya.

- c. Mengolah bukti kualitas layanan untuk memperkuat persepsi pelanggan selama dan sesudah layanan disampaikan.

Layanan merupakan kinerja dan tidak dapat dirasakan sebagaimana halnya barang fisik, maka pelanggan cenderung memperhatikan dan mempersepsikan fakta-fakta tangibles yang berkaitan dengan layanan sebagai bukti kualitas. Dari sudut pandang penyedia layanan, bukti kualitas meliputi segala sesuatu yang dipandang pelanggan sebagai indikator “seperti apa layanan yang akan diberikan” dan “seperti apa layanan yang akan diterima”.

- d. Mendidik pelanggan dan tentang layanan

Membantu pelanggan dalam memahami sebuah layanan merupakan upaya positif untuk mewujudkan proses penyampaian dan pengonsumsian layanan secara efektif dan efisien. Pelanggan yang lebih terdidik akan dapat mengambil keputusan pembelian secara lebih baik dan lebih memahami peran serta kewajibannya dalam proses penyampaian layanan.

2. Pelayanan (Jasa)

- a. Pengertian pelayanan (Jasa)

Ada beberapa pendapat mengenai pengertian tentang jasa (pelayanan). Jasa adalah sesuatu yang dapat diidentifikasi secara terpisah, tidak berwujud yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan. Jasa dapat dihasilkan dengan menggunakan benda-benda berwujud atau tidak.¹³ Jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lainnya, pada

¹³ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa Edisi Revisi*, (Bandung: Alfabeta, 2005), h. 243

dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apa pun. Produksi jasa bisa berhubungan dengan produk fisik atau sebaliknya.¹⁴

Berkaitan dengan pelayanan, ada dua istilah yang perlu diketahui, yaitu melayani dan pelayanan. Menurut kamus besar bahasa Indonesia pengertian melayani adalah membantu menyiapkan (mengurus) apa yang diperlukan seseorang. Pelayanan merupakan tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Pelayanan secara umum adalah rasa menyenangkan yang diberikan kepada orang lain disertai kemudahan-kemudahan dan dapat memenuhi segala kebutuhan konsumen. Pelayanan juga diartikan setiap tindakan membantu, menolong, memudahkan, menyenangkan dan manfaat bagi orang lain. Pelayanan konsumen adalah rangkaian kegiatan sikap dan perilaku karyawan atau petugas dan menerima kehadiran atau komunikasi secara langsung dan tidak langsung. Menurut siagian, pelayanan merupakan rasa menyenangkan yang berikan kepada orang lain disertai kemudahan-kemudahan dan memenuhi segala kebutuhan mereka.

b. Karakteristik Jasa

Karakteristik Jasa, Sifat-sifat khusus jasa yang menyatakan “ diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan terjadinya perpindahan kepemilikan” perlu diperhatikan dan dipertimbangkan dalam merancang program pemasaran. Jasa memiliki empat ciri

¹⁴ Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi keDua*, (Jakarta:Salemba Empat, 2006), h. 5

utama yang sangat mempengaruhi rancangan program pemasaran, yaitu sebagai berikut :

- 1) Tidak berwujud. Hal ini menyebabkan pelanggan tidak dapat melihat, mencium, meraba, mendengar dan merasakan hasilnya sebelum mereka membelinya. Untuk mengurangi ketidakpastian, pelanggan akan mencari informasi tentang jasa tersebut, seperti lokasi perusahaan, para penyedia dan penyalur jasa, peralatan dan alat komunikasi yang digunakan serta harga produk jasa tersebut.
- 2) Tidak terpisahkan (inseparability). Jasa tidak dapat dipisahkan dari sumbernya, yaitu perusahaan jasa yang menghasilkannya. Jasa diproduksi dan dikonsumsi pada saat bersamaan. Jika pelanggan membeli suatu jasa maka ia akan berhadapan langsung dengan sumber atau penyedia jasa tersebut, sehingga penjualan jasa lebih diutamakan untuk penjualan langsung dengan skala operasi terbatas. Untuk masalah ini, perusahaan dapat menggunakan strategi-strategi, seperti bekerja dalam kelompok yang lebih besar, bekerja lebih cepat, serta melatih pemberi jasa supaya mereka mampu membina kepercayaan pelanggan.
- 3) Bervariasi (Variability). Jasa yang diberikan sering kali berubah-ubah tergantung dari siapa yang menyajikannya, kapan dan dimana penyajian jasa tersebut dilakukan. Ini mengakibatkan sulitnya menjaga kualitas jasa berdasarkan suatu standar .
- 4) Mudah musnah (perishability). Jasa tidak dapat disimpan atau mudah musnah sehingga tidak dapat dijual pada masa yang akan datang. Keadaan mudah musnah ini bukanlah suatu masalah jika permintaannya stabil, karena mudah

untuk melakukan persiapan pelayanan sebelumnya. Jika permintaan berfluktuasi, maka perusahaan akan menghadapi masalah yang sulit dalam melakukan persiapan pelayanannya. Untuk itu perlu dilakukan perencanaan produk, penetapan harga, serta program promosi yang tepat untuk mengatasi ketidaksesuaian antara permintaan dan penawaran jasa. Karakteristik-karakteristik jasa sebagai berikut :

- a) Jasa tidak dapat disimpan dan pada umumnya di konsumsi pada saat dihasilkan.
- b) Jasa bergantung pada waktu, secara umum, pelanggan sering kali cenderung memanfaatkan jasa secara lebih sering pada waktu tertentu.
- c) Jasa bergantung pada tempat.
- d) Pelanggan selalu terlibat dalam proses produk jasa, karena konsumen merupakan bagian integral dari proses tersebut.
- e) Perubahan pada proses kemanfaatan berarti perubahan proses produksi yang terlihat maupun tidak.
- f) Setiap orang dan apapun yang berhubungan dengan pelanggan turut juga mempunyai andil dalam memberikan peranan.
- g) Karyawan penghubung (contact employee) merupakan bagian dari proses produksi jasa.
- h) Kualitas jasa tidak dapat diperbaiki pada saat proses produksi karena proses produksi jasa terjadi secara real time, dan pelanggan terlibat pada proses produksinya.

c. Kualitas Pelayanan Jasa

Kualitas apabila tidak dikelola dengan tepat, berkontribusi positif terhadap terwujudnya kepuasan dan loyalitas pelanggan. Kualitas memberikan nilai plus berupa motivasi khusus bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan. Ikatan emosional semacam ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan dan kebutuhan spesifik pelanggan.

Pada gilirannya, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan atau meniadakan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan. Selanjutnya, kepuasan pelanggan berdampak pada terciptanya rintangan beralih (switching barriers), biaya beralih (switching cost), dan loyalitas pelanggan.

Kualitas juga dapat mengurangi biaya, biaya untuk mewujudkan produk berkualitas jauh lebih kecil dibandingkan biaya yang ditimbulkan apabila perusahaan gagal memenuhi standar kualitas. Adanya penekanan biaya dikarenakan adanya kemampuan mewujudkan proses dan produk berkualitas akan menghasilkan kualitas keunggulan kompetitif berupa peningkatan profitabilitasnya terjamin.

Perusahaan yang menawarkan barang atau jasa berkualitas superior akan mampu mengalahkan pesaing yang berkualitas lebih inferior.¹⁵ Konsep kualitas pada dasarnya bersifat relatif, yaitu tergantung dari perspektif yang digunakan untuk menentukan ciri-ciri dan spesifikasi. Menyatakan pada dasarnya terdapat tiga orientasi kualitas yang seharusnya konsisten satu sama lain:

¹⁵ Fandy Tjiptono, Op Cit,18

- 1) Persepsi pelanggan
- 2) Produk atau jasa
- 3) Proses.

Untuk yang berwujud barang, ketiga orientasi tersebut dapat dibedakan dengan jelas, namun untuk jasa, produk dan proses tidak dapat dibedakan dengan jelas, bahkan produknya adalah proses itu sendiri. Konsistensi kualitas suatu jasa untuk ketiga orientasi tersebut dapat memberi kontribusi pada keberhasilan suatu perusahaan ditinjau dari kepuasan pelanggan, kepuasan karyawan, dan profitabilitas organisasi.¹⁶Kualitas memiliki delapan dimensi pengukuran yang terdiri dari :

- a) Kinerja (performance). Kinerja disini merujuk pada karakter produk inti. Misal ketepatan, kenyamanan, kemudahan.
- b) Fitur (fiatures), yaitu atribut produk yang melengkapi kinerja dasar sebuah produk
- c) Realibilitas, yaitu kemampuan sebuah produk untuk tetap berfungsi secara konsisten selama usia desainya.
- d) Kesesuaian dengan spesifikasi (conformance to specification), yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi sebuah produk memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya. Misalnya dalam hal ukuran, kecepatan, kapasitas, daya tahan, dan seterusnya.

¹⁶ Rambat Lupiyoadi, Manajemen Pemasaran Jasa, (Jakarta : Salemba Empat, 2006), h. 175

- e) Daya tahan (durability), berkaitan dengan tingkat kemampuan sebuah produk mentolerir tekanan, stres atau trauma tanpa mengalami kerusakan berarti. Atau berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan.
- f) Serviceability, yakni kemudahan mereparasi sebuah produk, dan direparasi secara mudah, murah, cepat, kenyamanan.
- g) Estetika, yaitu daya tarik produk terhadap panca indera, misal bentuk fisik mobil yang menarik, warna yang sesuai dengan preferensi masing-masing pelanggan, aroma parffum yang paling disukai, aroma roti yang mampu memancing selera makan, dan sebagainya.
- h) Persepsi kualitas (perceived quality), yaitu citra dan reputasi produk serta tanggungjawab perusahaan terhadapnya. Biasanya karena kurangnya pengetahuan pembeli akan atribut atau fitur produk yang akan dibeli, maka pembeli mempersepsikan kualitasnya dari aspek harga, nama merek, iklan, reputasi perusahaan maupun Negara pembuatnya.¹⁷

d. Pelayanan jasa dalam ekonmi islam

Dalam Islam dijelaskan bahwa salah satu prinsip muamalah adalah pelayanan. Muamalah Islami sangat memperhatikan pelayanan yang baik kepada pelanggan. Orang yang beriman diperintahkan untuk bermurah hati, simpatik, sopan, dan bersahabat dalam melakukan bisnis. Al Qur'an telah memerintahkan dengan perintah yang sangat ekspresif agar kaum muslimin bersifat simpatik, lembut dan sapaan yang baik dan sopan manakala ia berbicara dengan orang lain. Untuk menciptakan keinginan dan harapan pelanggan maka kualitas pelayanan

¹⁷ Fandy Tjiptono, Op cit, h. 93-94

Rasulullah SAW bersabda : “*Sesungguhnya berkata jujur itu menunjukkan jalan kebaikan dan sesungguhnya jalan kebaikan itu menunjukkan syurga. Sesungguhnya seseorang itu perlu berkata jujur sehingga dia dicatat disisi Allah sebagai orang yang jujur (HR Bukhari dan Muslim)*”¹⁸

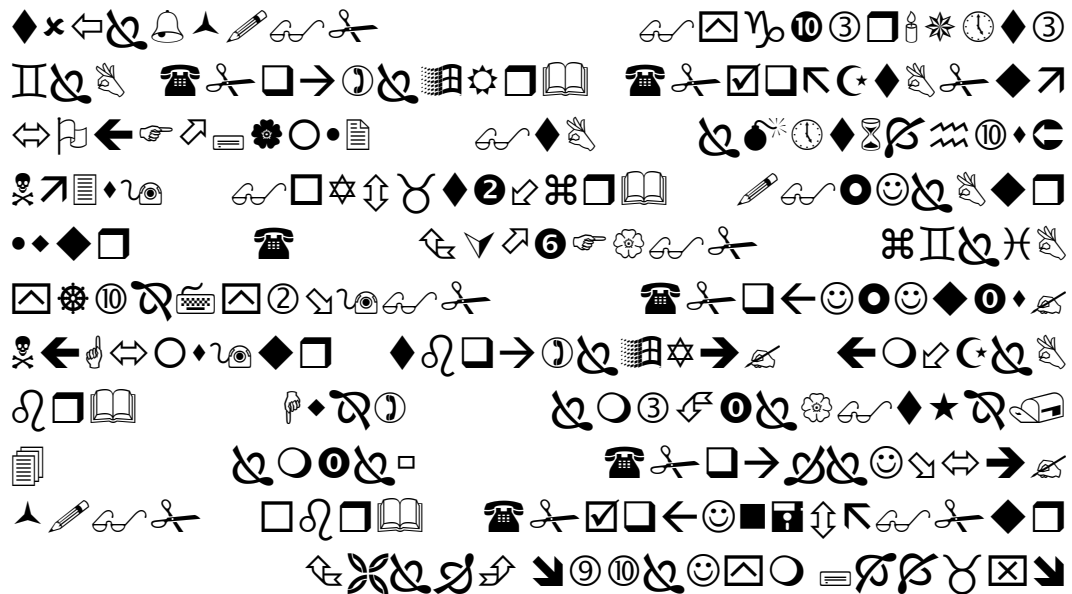
Pelayanan yang baik ialah melayani dengan sepenuh hati dan memberikan yang terbaik untuk pelanggan agar mereka percaya dan tidak kebingungan dan ragu terhadap pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, dan tanpa menambahkan sebuah kebohongan didalamnya. Kejujuran, dan pelayanan yang baik, ramah, sopan, dan membuat mereka merasa nyaman itu akan membuat pelanggan senang dan mendapat pelayanan yang memuaskan. Allah berfirman dalam QS. An-Nahl (16) : 97

✂️②•📄•① II🔗✋👉👁️•🔗📄🕒🌸🕒 •✂️🔗😊♦️⬅️⬆️II♦️👉
 ☒ II🔗👉👉•⬅️👉♦️☐➡️⬆️♦️☐📄🔗•🕒⬆️📖👉☐☐📖
 ☐☐📄☐♦️①☐☐ ⌚⬅️☐☐☐♦️④🔗①↔️•⬅️☐☐♦️☐
 📞 ☐☐♦️⌚🔗🌀⑩•☐
 ☠️➡️⬆️♦️②⬆️🔗☐📖↔️🔗⬅️🔗☐☆♦️③🔗⑧⬆️🔗♦️☐•🔗🔗♦️☐
 📞✂️☐⬅️🕒👉•📄👉♦️👉🔗II🌸☐⬆️☐☐🔗👉
 🔗🔗🔗🔗♦️🔗☐➡️☐☐😊👉➡️♦️③

“Barang siapa yang mengerjakan amal saleh, baik laki-laki maupun perempuan dalam keadaan beriman, Maka Sesungguhnya akan kami berikan kepadanya kehidupan yang baik dan Sesungguhnya akan kami beri balasan kepada mereka dengan pahala yang lebih baik dari apa yang Telah mereka kerjakan” an-Nahl (16) : 97

¹⁸ Muhammad Sulaiman, Jejak Bisnis Rasul (Jakarta : PT Mizan Publika, 2010) Cet. 1, h. 155

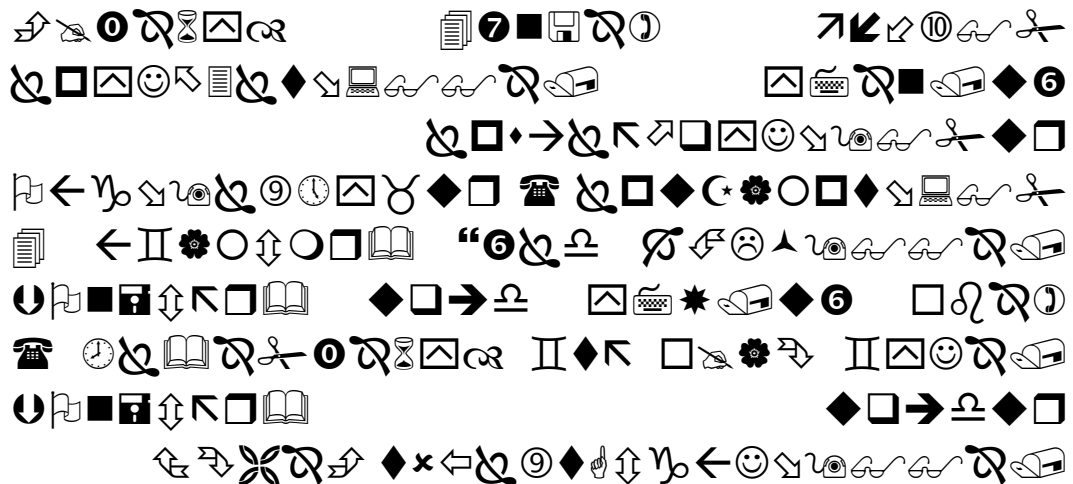
Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha baik berupa barang maupun pelayanan/jasa hendaknya memberikan yang berkualitas, jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas kepada orang lain. Seperti dijelaskan dalam QS. Al-Baqarah (2) : 267



“Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (dijalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu nafkahkan darinya padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji” QS.Al-Baqarah (2) : 267

Pelayanan yang berkualitas juga harus kompeten, karena kompeten adalah syarat utama untuk menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan. Sebagai pengusaha kita tidak cukup sekedar mampu memasarkan produk/jasa,

namun kita harus menguasai ilmu dalam usaha yang kita jalankan.³⁴ Allah SWT berfirman dalam QS. an-Nahl (16) : 125



“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan- Nya dan dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk”. QS. An-nahl (16) : 125

3. Peningkatan Pelanggan

Pada hakikatnya tujuan bisnis adalah untuk menciptakan dan mempertahankan para pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Pelanggan juga diartikan sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Dari definisi diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa pada dasarnya pengertian kepuasan pelanggan adalah mencakup perbedaan antara harapan dan

kinerja atau hasil yang dirasakan. Dalam pandangan tradisional, pelanggan suatu perusahaan adalah orang yang membeli dan menggunakan produknya. Pelanggan tersebut merupakan orang yang berinteraksi dengan perusahaan setelah proses menghasilkan produk.¹⁹

4. Etika Bisnis Islam

a. Pengertian Etika

Istilah etika secara umum merujuk pada baik buruknya perilaku manusia. Etika merupakan dasar baik dan buruk yang menjadi referensi pengambilan keputusan individu sebelum melakukan serangkaian kegiatan. Etika bukan hanya larangan-larangan normatif, tetapi lebih merupakan puncak akumulasi kemampuan operasionalisasi intelegensi manusia, etika juga disebut dengan sistem filsafat, atau filsafat yang mempertanyakan praksis manusia berkaitan dengan tanggung jawab dan kewajibannya.

b. Pengertian Bisnis

Bisnis berasal dari bahasa inggris yang berarti perusahaan, urusan, atau usaha. Bisnis adalah suatu kegiatan individu yang terorganisasi yang menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Pandangan lain menyatakan bahwa bisnis adalah sejumlah total usaha yang meliputi pertanian, produksi, kontruksi, distribusi, transportasi, komunikasi, usaha jasa, dan pemerintahan, yang bergerak dalam bidang membuat

¹⁹ Pelanggan Ditinjau and Dari Ekonomi, “*Pelayanan Jasa Servis Mobil Dalam Meningkatkan Pelanggan Ditinjau Dari Ekonomi Islam (Study Kasus Bengkel Mobil Qta Soebrantas Pekanbaru)*” (2012).

dan memasarkan barang dan jasa ke konsumen. Adapun pengertian lainnya, bisnis suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan masyarakat.

Istilah bisnis dalam Al-quran yaitu *al-tijarah* dan dalam bahasa arab *tijarah*, berawal dari kata dasar t-j-r, *tajara*, *tajranwatijarata*, yang bermakna berdagang atau berniaga. Bisnis secara Islam pada dasarnya sama dengan bisnis secara umum, hanya saja harus tunduk dan patuh atas dasar ajaran Al-quran, As-sunnah, Al-ijma dan Qiyas (*ijtihad*) serta memperhatikan batasan-batasan yang tertuang dalam sumber-sumber tersebut.

Berdasarkan beberapa pengertian mengenai bisnis penulis dapat menyimpulkan bisnis merupakan suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi yang membuat, menghasilkan dan menjual barang dan jasa ke konsumen untuk memenuhi suatu kebutuhan.

Etika bisnis Islam adalah akhlak dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam, sehingga dalam melaksanakan bisnisnya tidak perlu ada kekhawatiran, sebab sudah diyakini sebagai sesuatu yang baik dan benar. Nilai etik, moral, susila atau akhlak adalah nilai-nilai yang mendorong manusia menjadi pribadi yang utuh. Seperti kejujuran, kebenaran, keadilan, kemerdekaan, kebahagiaan, dan cinta kasih.²⁰

Etika bisnis Islam sebenarnya telah diajarkan telah diajarkan nabi SAW saat menjalankan perdagangan. Karakteristik nabi SAW sebagai pedagang adalah,

²⁰Abdul Ghafur, "Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam," *Iqtisodiyot : Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 4, no. 1 (2018): 63–74.

selain dedikasi keuletannya juga memiliki sifat *shidiq*, *fathanah*, *amanah* dan *tabligh*, ciri-ciri itu masih ditambah dengan sifat *istiqomah*:

- 1) *Shidiq* berarti mempunyai kejujuran dan selalu melandasi ucapan, keyakinan dan amal perbuatan atas dasar nilai-nilai yang diajarkan Islam. Istiqomah atau konsisten dalam iman dan nilai-nilai kebaikan, meski menghadapi godaan dan tantangan.
- 2) *Istiqamah* dalam kebaikan ditampilkan dalam keteguhan, kesabaran serta keuletan sehingga menghasilkan sesuatu yang optimal.
- 3) *Fathanah* berarti mengerti, memahami, dan menghayati secara mendalam segala yang menjadi tugas dan kewajibannya. Sifat ini akan menimbulkan kreatifitas dan kemampuan melakukan berbagai macam inovasi yang bermanfaat.
- 4) *Amanah* tanggung jawab dalam melaksanakan setiap tugas dan kewajiban. Amanah ditampilkan dalam keterbukaan, kejujuran, pelayanan yang optimal, dan *ihsan* (kebajikan) dalam segala hal.
- 5) *Tablig*, mengajak sekaligus memberikan contoh kepada pihak lain untuk melaksanakan ketentuan-ketentuan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan sifat-sifat tersebut, dalam konteks *Corporate Social Responsibility* (CSR), para pelaku usaha atau pihak perusahaan dituntut bersikap tidak kontradiksi secara sengaja antara ucapan dan perbuatan dalam bisnisnya. Mereka dituntut tepat janji, tepat waktu, mengakui kelemahan dan kekurangan (tidak ditutup-tutupi), selalu memperbaiki kualitas barang atau jasa secara berkesinambungan serta tidak boleh menipu dan berbohong. Pelaku usaha atau pihak perusahaan harus memiliki amanah dengan menampilkan sikap keterbukaan,

kejujuran, pelayanan yang optimal, dan *ihsan* (berbuat yang baik) dalam segala hal, apalagi berhubungan dengan pelayanan masyarakat. Dengan sifat *amanah*, pelaku usaha memiliki tanggung jawab untuk mengamalkan kewajiban-kewajibannya. Sifat *tabligh* dapat disampaikan pelaku usaha dengan bijak (*hikmah*), sabar, argumentative dan persuasive akan menumbuhkan hubungan kemanusiaan yang solid dan kuat.²¹

C. Dasar-Dasar Etika Ekonomi Islam

Fenomena menarik di kalangan umat Islam saat ini adalah terdapat realitas bahwa masyarakat muslim relatif tertinggal secara ekonomi dari pada masyarakat nonmuslim sehingga melahirkan stigma berpikir yang kolektif dan cita-cita untuk membangun tatanan ekonomi yang berdasarkan etika ekonomi Islam. Perumusan etika ekonomi Islam dalam setiap kegiatan bisnis diperlukan untuk memandu segala tingkah laku ekonomi di kalangan masyarakat muslim. Etika bisnis Islami tersebut selanjutnya dijadikan sebagai kerangka praktis yang secara fungsional akan membentuk suatu kesadaran beragama dalam melakukan setiap kegiatan ekonomi (religiousness economyc practical guidance).

Etika ekonomi Islam, sebagaimana dirumuskan oleh para ahli ekonomi Islam adalah suatu ilmu yang mempelajari aspek-aspek kemaslahatan dan kemafsadatan dalam kegiatan ekonomi dengan memperhatikan amal perbuatan manusia sejauhmana dapat diketahui menurut akal pikiran (rasio) dan bimbingan

²¹Biki Zulfikri Rahmat, "Corporate Social Responsibility Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam," *Amaluna: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah* 1, no. 1 (2017): 98–115.

wahyu (nash). Etika ekonomi dipandang sama dengan akhlak karena keduanya sama-sama membahas tentang kebaikan dan keburukan pada tingkah laku manusia.

Tujuan etika Islam menurut kerangka berpikir filsafat adalah memperoleh suatu kesamaan ide bagi seluruh manusia di setiap waktu dan tempat tentang ukuran tingkah laku baik dan buruk sejauhmana dapat dicapai dan diketahui menurut akal pikiran manusia (Annabhani, 1996: 52). Namun demikian, untuk mencapai tujuan tersebut, etika ekonomi Islam mengalami kesulitan karena pandangan masing-masing golongan di dunia ini berbeda-beda perihal standar normatif baik dan buruk. Masing-masing mempunyai ukuran dan kriteria yang berbeda-beda pula. Sebagai cabang dari filsafat, ajaran etika bertitik tolak dari akal pikiran dan tidak dari ajaran agama. Adapun dalam Islam, ilmu akhlak dapat dipahami sebagai pengetahuan yang mengajarkan tentang kebaikan dan keburukan berdasarkan ajaran Islam yang bersumber kepada akal dan wahyu. Atas dasar itu, maka etika ekonomi yang dikehendaki dalam Islam adalah perilaku sosial-ekonomi yang harus sesuai dengan ketentuan wahyu serta fitrah dan akal pikiran manusia yang lurus.

Di antara nilai-nilai etika ekonomi Islam yang terangkum dalam ajaran filsafat ekonomi Islam adalah terdapat dua prinsip pokok, yaitu sebagai berikut.

Pertama adalah tauhid. Prinsip tauhid ini mengajarkan manusia tentang bagaimana mengakui keesaan Allaha sehingga terdapat suatu konsekuensi bahwa keyakinan terhadap segala sesuatu hendaknya berawal dan berakhir hanya kepada Allah Swt. Keyakinan yang demikian dapat mengantar seorang muslim untuk menyatakan bahwa “Sesungguhnya shalatku, ibadahku, hidupku, dan matiku adalah semata-mata demi Allah, Tuhan seru sekalian alam”. Prinsip ini kemudian

menghasilkan kesatuan-kesatuan sinergis dan saling terkait dalam kerangka tauhid. Tauhid diumpamakan seperti beredarnya planet-planet dalam tata surya yang mengelilingi matahari. Kesatuan-kesatuan dalam ajaran tauhid hendaknya berimplikasi kepada kesatuan manusia dengan Tuhan dan kesatuan manusia dengan manusia serta kesatuan manusia dengan alam sekitarnya.

Kedua, prinsip keseimbangan mengajarkan manusia tentang bagaimana meyakini segala sesuatu yang diciptakan Allah dalam keadaan seimbang dan serasi. Hal ini dapat dipahami dari Alquran yang telah menjelaskan bahwa “Engkau tidak menemukan sedikit pun ketidakseimbangan dalam ciptaan Yang Maha Pengasih. Ulang-ulanglah mengamati apakah engkau melihat sedikit ketimpangan” (QS 67: 3). Prinsip ini menuntut manusia bukan saja hidup seimbang, serasi, dan selaras dengan dirinya sendiri, tetapi juga menuntun manusia untuk mengimplementasikan ketiga aspek tersebut dalam kehidupan.

Prinsip tauhid mengantarkan manusia dalam kegiatan ekonomi untuk meyakini bahwa harta benda yang berada dalam genggamannya adalah milik Allah Swt. Keberhasilan para pengusaha bukan hanya disebabkan oleh hasil usahanya sendiri, tetapi terdapat partisipasi orang lain. Tauhid yang akan menghasilkan keyakinan pada manusia bagi kesatuan dunia dan akhirat. Tauhid dapat pula mengantarkan seorang pengusaha untuk tidak mengejar keuntungan materi semata-mata, tetapi juga mendapat keberkahan dan keuntungan yang lebih kekal.

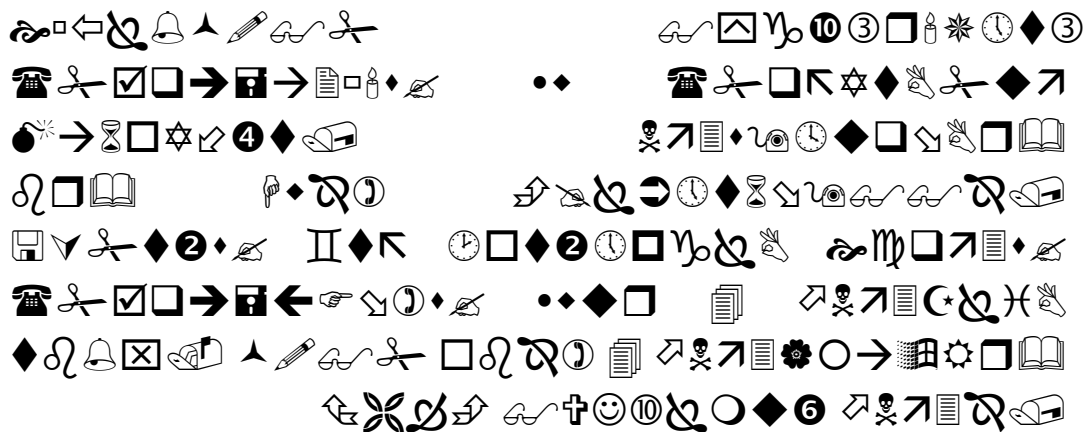
Oleh karena itu, seorang pengusaha dipandu untuk menghindari segala bentuk eksploitasi terhadap sesama manusia. Dari sini dapat dimengerti mengapa Islam melarang segala praktek riba dan pencurian, tetapi juga penipuan yang

terselubung. Bahkan, Islam melarang kegiatan bisnis hingga pada menawarkan barang pada di saat konsumen menerima tawaran yang sama dari orang lain.²²

d. Dasar-dasar Hukum etika bisnis Islam Al-quran dan Hadits

Banyak dasar-dasar hukum dalam al-quran yang dimana menjelaskan hukum dan etika bahkan dalam hukum-hukum Islam, yang dimana sangat menjelaskan etika. Dalam hal ini al-quran memberikan petunjuk tentang bagaimana cara berhubungan antara pelaku bisnis. Hal ini bertujuan agar menumbuhkan Itikad baik dalam bertransaksi, tanpa harus adanya saling mencurigai antara pelaku. Maka sistem etika Islam merupakan bagian terpenting dari pandangan dalam Islam.

Sebagaimana dalam Surat An-Nisa ayat 29:



“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”²³

²² Aris Baidowi, “Etika Bisnis Perspektif Islam” 9 (2011): 239–250.

²³Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur’an Al-Karim Dan Terjemahnya*, (Surabaya, CV. Andi Offset 2005), h. 83

Larangan membunuh diri sendiri mencakup juga larangan membunuh orang lain, sebab membunuh orang lain berarti membunuh diri sendiri, karena umat merupakan suatu kesatuan.

e. Prinsip-prinsip etika bisnis Islam

Prinsip-prinsip yang berlaku dalam etika bisnis Islam yang baik dan benar dalam Islam menawarkan nilai-nilai dasar atau prinsip-prinsip umum yang penerapannya dalam bisnis yang sesuai nilai-nilai etika bisnis yaitu:

1) Tauhid (kesatuan dan integrasi-kesamaan)

Dalam hal ini adalah tauhid sebagaimana terefleksikan dalam konsep kesatuan yang memadukan keseluruhan aspek-aspek kehidupan muslim baik dalam bidang ekonomi, politik, social menjadi keseluruhan yang homogen, serta mementingkan konsep konsistensi dan keteraturan yang menyeluruh. Dari konsep ini maka Islam menawarkan keterpaduan agama, ekonomi, dan social demi membentuk kesatuan. Atas dasar pandangan ini pula maka etika dan bisnis menjadi terpadu, vertikal maupun horizontal, membentuk suatu persamaan yang sangat penting dalam sistem Islam.

2) Khilafah (intelektualisasi kehendak bebas tanggungjawab dan akuntabilitas)

Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang mustahil dilakukan oleh manusia karena tidak menuntut adanya pertanggungjawaban dan akuntabilitas. Untuk memenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan, manusia perlu mempertanggungjawabkan tindakannya, secara logis prinsip ini berhubungan erat dengan kehendak bebas. Ia menetapkan batasan mengenai apa yang bebas dilakukan oleh manusia dengan bertanggung jawab atas semua yang dilakukannya.

3) Equilibrium (keseimbangan atau keadilan)

Dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali pada pihak yang lain yang tidak disukai.

4) Ikhtiar (kehendak bebas)

Kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis Islam, tetapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif. Kepentingan individu dibuka lebar. Tidak adanya batasan pendapatan bagi seseorang mendorong manusia untuk aktif berkarya dan bekerja segala potensi yang dimilikinya.

5) Ibadah (penyerahan total)

Kemampuan pelaku bisnis untuk menjadikan penghambaan manusia kepada Tuhan sebagai wawasan batin sekaligus komitmen moral yang berfungsi memberikan arah, tujuan dan pemaknaan terhadap aktualisasi kegiatan bisnisnya.

6) Ihsan (kebaikan orang lain kebersamaan profesionalisme)

Kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis Islam, tetapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif. Kepentingan individu dibuka lebar. Tidak adanya batasan pendapatan bagi seseorang mendorong manusia untuk aktif berkarya dan bekerja dengan segala potensi yang dimilikinya.

f. Tujuan etika bisnis dalam Islam

Tujuan dari etika bisnis Islam adalah profit merupakan kelebihan penghasilan

(revenue) di atas cost atau biaya yang layak dikorbankan oleh pelaku bisnis. Karena dengan profit yang diperoleh akan dapat dipergunakan sebagai alat dan sarana antara lain untuk memajukan dan makin membesarnya bisnis ini di masa datang.²⁴

Tujuan etika bisnis dan etika bisnis adalah sebagai perangkat nilai tentang baik, buruk, benar, dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan prinsip-prinsip moralitas, yang telah dikemukakan sebagai tujuan umum dari etika bisnis.

1) Tujuan etika bisnis

Dalam hal ini tujuan etika bisnis merupakan hal yang penting dalam perjalanan sebuah aktivitas bisnis profesional, untuk mengatur dan mengarahkan para pelaku bisnis untuk mewujudkan manajemen maupun citra yang baik dalam berbisnis sebagai berikut:

- a) Memperkenalkan argumentasi-argumentasi moral di bidang ekonomi dan bisnis serta penyusunnya.
- b) Menanamkan kesadaran akan adanya dimensi etis dalam bisnis.
- c) Membantu untuk menentukan sikap moral yang tepat dalam menjalankan profesi
- d) Tidak terlalu banyak mengambil untung. Maksudnya hendaklah mengambil untung yang wajar-wajar saja, kasihanilah orang lain dan jangan hanya berambisi mengumpulkan harta saja, orang yang tidak mengasihani orang lain tidak berhak untuk dikasihani.

²⁴ Irfan Alfarizi, “Trend Jual Beli Online Melalui Situs Resmi Menurut Tinjauan Etika Bisnis Islam” (2019), h. 49

- e) Penjual tidak seharusnya melebihkan timbangan, takaran atau pun ukuran. Pedagang harus jujur dalam menimbang, menakar dan mengukur dan tidak boleh mengurangi hal-hal tersebut, sebagaimana ia suka jika barang yang ia beli diberikan dengan sempurna, maka ia pun wajib memberikan atau memenuhi hak-hak orang lain.

2) Tujuan etika bisnis dalam Islam

Dalam hal ini, tujuan etika bisnis Islam merupakan hal yang penting dalam perjalanan sebuah aktivitas bisnis profesional, bahwa etika bisnis Islam mempunyai fungsi substansi yang membekali para pelaku bisnis, beberapa hal sebagai berikut:

- a) Membangun kode etika Islam yang mengatur, mengembangkan dan menancapkan metode berbisnis dalam kerangka ajaran agama. Kode etik ini juga menjadi symbol arahan agar melindungi pelaku bisnis dari resiko.
- b) Kode ini dapat menjadi dasar hukum dalam menetapkan tanggung jawab para pelaku bisnis, terutama bagi diri mereka sendiri, antara komunitas bisnis, masyarakat, dan diatas segalanya adalah tanggung jawab dihadapan Allah SWT.
- c) Kode etik dapat memberi kontribusi dalam penyelesaian banyak persoalan yang terjadi antara sesama pelaku bisnis dan masyarakat tempat mereka bekerja. Sebuah dapat membangun persaudaraan (ukhuwah) dan kerja sama antara mereka semua.

3) Landasan normatif dalam etika bisnis Islam

Landasan normatif etika bisnis dalam Islam mempunyai titik tekan yang berbeda dengan landasan normatif etika bisnis konvensional. Perbedaan itu muncul

karena dasar pijakan dan dasar berpikir masing-masing berbeda. Etika bisnis Islam didasarkan pada al-quran dan hadis, pemikiran para ulama dalam bentuk ijma' Qiyas dan pengalaman bisnis dikalangan umat Islam. Sedangkan etika bisnis konvensional berdasar pada hasil pemikiran para filsuf dan keadaan masyarakat yang memaksa dibuatnya aturan-aturan moralitas dalam bidang bisnis.

Landasan normatif etika bisnis Islam dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a) Landasan ketuhanan, dalam dunia bisnis Islam, konsep ketuhanan melekat dalam setiap aktivitas bisnis. Manusia diwajibkan melaksanakan tugasnya terhadap Allah SWT. Baik dalam bidang ibadah maupun muamalah. Dalam bisnis, ajaran Allah meletakkan konsep dasar halal dan yang haram yang berkenaan dengan transaksi yang berhubungan dengan akuisisi, di posisi, dan sebagainya.
- b) Landasan kepemilikan harta pandangan Islam terhadap harta adalah bahwa pemilik mutlak terhadap segala sesuatu yang ada di muka bumi, termasuk harta benda, adalah Allah. Manusia hanya sebagai pemegang amanah karena tidak mampu mengadakan hari tua.
- c) Landasan benar dan baik, menurut Islam, kebenaran adalah ruh keimanan, ciri utama orang mukmin, bahkan ciri para nabi. Tanpa kebenaran, agama tidak akan tegak dan tidak akan stabil. Sebaliknya kebohongan atau kedustaan adalah bagian dari sikap orang munafik. Bencana terbesar di dalam pasar saat ini adalah meluasnya tindakan dusta dan batil, misalnya kebohongan dalam mempromosikan barang dan menetapkan harga. Oleh karena itu, salah satu

karakter pedagang yang terpenting baik dan benar yang diridhoi oleh Allah adalah kebenaran.

d) Landasan tanggung jawab

Sikap keberpihakan kepada pelanggan sebagai bentuk kepedulian, untuk meminimalkan ketidakpuasan pelanggan. Saat ini telah cukup banyak ahli manajemen yang mengkaji pentingnya pelayanan prima terhadap pelanggan, seperti Deming, Stephen Usela, Collier, Vincent Gaspersz, Fandy Tjiptono, dan lain-lain. Mereka telah mengembangkan berbagai konsep tentang pelayanan prima, seperti konsep VINCENT, Siklus Deming, TQS (Total Quality Service), TQM (Total Quality Management), dan lain-lain. Vincent Gaspersz mengembangkan suatu konsep manajemen perbaikan mutu yang disebut VINCENT. Konsep ini terdiri tujuh strategi perbaikan kualitas pelayanan. Ketujuh konsep tersebut, yaitu:

- 1) Visionary transformation (transformasi visi)
- 2) Infrastructure (kebutuhan akan sarana prasarana)
- 3) Need for improvement (kebutuhan untuk perbaikan)
- 4) Customer focus (fokus pada pelanggan)
- 5) Empowerment (pemberdayaan potensi)
- 6) New views of quality (pandangan baru tentang mutu)
- 7) Top management (komitmen manajemen puncak)

e) Landasan kejujuran, kejujuran merupakan kualitas dasar kepribadian moral.

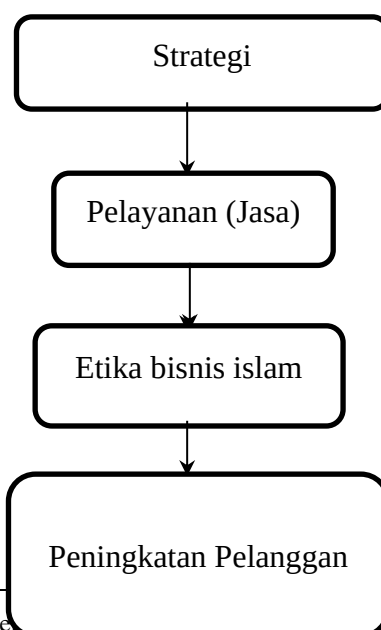
Bersikap baik terhadap orang lain tetapi tanpa kejujuran adalah kemunafikan dan sering beracun. Oleh karena itu, seorang pebisnis harus berlaku jujur yang dilandasi keinginan agar orang lain mendapatkan kebaikan dan kebahagiaan

sebagaimana ia menginginkannya dengan cara menjelaskan kelemahan, kekurangan, serta kelebihan barang yang ia ketahui kepada orang atau mitranya, baik yang terlihat maupun yang tidak terlihat oleh orang lain.

- f) Landasan keadilan, keadilan pada bisnis harus berkaitan dengan pembagian manfaat pada semua komponen dan pihak yang terlibat secara langsung atau tidak langsung sesuai dengan peran dan kontribusi yang telah mereka berikan terhadap keberhasilan atau kegagalan dari kegiatan bisnis yang dilakukan pelaku bisnis. Semua diperoleh baik rugi dan untung atau resiko harus secara seimbang sesuai distribusi pelaku bisnis.²⁵

C. Kerangka Pikir

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas maka penulis perlu membuat bagang kerangka pikir sebagai landasan konseptual untuk mempermudah penulis mencari sumber dan informasi terkait dengan pembahasan proposal skripsi ini, dan adapun kerangka pikir sebagai berikut:



²⁵Rahmat Fauzi et al. (2019). "Studi Kasus Bengkel Sis Brewok)" (2019).



Gambar 1.1 *kerangka pikir*

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

1. Pendekatan penelitian

Dalam penelitian ini digunakan pendekatan kualitatif. Penelitian ini merupakan suatu pengolahan data yang bersifat uraian, argumentasi, dan paparan yang kemudian akan dianalisa dan bersifat fakta-fakta social. Hal ini berarti penelitian berisi garis besar rencana mungkin akan dilakukan.

2. Jenis penelitian

Jenis penelitian yang penulis gunakan dalam penelitian menggunakan metode kualitatif (penelitian lapangan). Penelitian lapangan adalah penelitian yang dilakukan dalam kehidupan yang sebenarnya.²⁶ Metode kualitatif juga adalah suatu penelitian yang ditujukan untuk menggambarkan suatu gejala, mendeskripsikan dan menggambarkan suatu peristiwa yang terjadi dilapangan, menganalisa fenomena, aktivitas sosial, sikap, kepercayaan, persepsi, serta pemikiran yang terjadi baik secara individual maupun kelompok.²⁷

B. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah pihak-pihak yang dijadikan sebagai sumber data dalam sebuah penelitian yang hendak diselidiki Sebuah penelitian memerlukan data dan informasi dari berbagai sumber yang dapat memberikan data informasi yang akurat sesuai dengan tujuan dari penelitian. Oleh karena itu harus ditentukan subjek

²⁶ Mardalis, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal* (jakarta: PT. Bumi Aksara, 2005). h 26.

²⁷ Nana Syaodih Sukmadinata, *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006). hlm 60.

penelitian yang dapat dijadikan sumber data dan informasi tersebut. Dalam penelitian ini yang menjadi subjek penelitian yakni pemilik perusahaan dan pelanggan yang datang di bengkel mobil atau di lokasi penelitian tersebut sebagai informan utama yang akan diperoleh informasi lebih lanjut.

C. Definisi Istilah

1. Strategi

Strategi adalah hal yg sangat penting dalam suatu usaha seperti UMKM. Apabila seorang pengusaha ataupun pedagang tidak menentukan strategi yang tepat maka usaha yang sedang dijalankan tersebut tidak dapat berkembang atau usaha yang dijalankan itu tidak dapat berjalan dengan baik.

2. Pelayanan jasa

Pelayanan merupakan suatu kegiatan yang dilakukan seseorang dengan orang lain untuk mencapai kepuasan pelanggan sedangkan jasa merupakan aktivitas yang dilakukan antara karyawan dengan pelanggan atau sistem penyedia jasa yang menjadi solusi permasalahan.

3. Peningkatan pelanggan

Pelanggan merupakan seseorang yang selalu berkunjung service mobil atau membeli alat dan bukan hanya sekali service mobil tetapi berulang kali dan mampu memasarkan sebuah perusahaan tersebut.

4. Etika bisnis islam

Etika bisnis islam merupakan perilaku untuk memahami hal-hal yang bersifat baik dan buruk, agar sikap dalam melakukan pelayanan suatu perusahaan penuh

dengan tanggung jawab sesuai nilai-nilai Islam.

D. Lokasi Penelitian

Adapun lokasi penelitian ini akan dilakukan di Kelurahan Kurri-Kurri Kec. Masamba Kab. Luwu Utara. Alasan peneliti memilih lokasi tersebut karena di bengkel tersebut dilihat sangat banyak pelanggan yang datang menggunakan jasa service kendaraan dibandingkan dengan beberapa bengkel lain disekitarnya, jadi peneliti berusaha mengungkapkan strategi pelayanan jasa service mobil di bengkel tersebut.

E. Sumber Data

Dalam suatu penelitian diperlukan data-data yang akan membantu peneliti untuk sampai pada suatu kesimpulan tertentu, sekaligus data tersebut akan membuat kesimpulan. Adapun yang dimaksud sumber data adalah subyek dari mana data itu diperoleh. Oleh karena itu, Sumber data dalam penelitian ini berupa kata-kata dan tindakan orang-orang yang diamati atau di wawancarai, Serta dokumentasi. Adapun jenis-jenis data antara lain:

1. Data Primer

Data primer yaitu data yang langsung bersumber dari responden atau data pertama saat pengumpulan data. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara langsung dengan pelanggan .

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media-media perantara. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari

pihak literature, buku- buku, internet atau sumber bacaan lain yang berhubungan dengan pembahasan dalam penelitian ini.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategi dalam penelitian, karena tujuan utama dalam penelitian adalah mendapatkan data. Dengan tidak mengetahui teknik atau cara pengumpulan data, maka peneliti tidak akan pernah mendapatkan data yang memenuhi standar data sesuai yang dibutuhkan untuk mendukung pembahasan pada proposal. Ada beberapa teknik dalam proses pengumpulan data yang berhubungan dengan pembahasan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Observasi (Pengamatan)

Observasi yang dilakukan penulis adalah observasi berstruktur, yaitu penulis melakukan pengamatan melalui aspek- aspek apa saja yang akan diamati dimana kaitannya dengan masalah dan tujuan penelitian yang ada. Observasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang tidak hanya mengukur sikap dari responden(wawancara) namun juga dapat digunakan untuk merekam berbagai fenomena yang terjadi (situasi, kondisi). Pada proses pengamatan penulis terlebih dahulu harus merencanakan hal- hal apa saja yang perlu diamati agar masalah tersebut mudah dipecahkan. Untuk kelengkapan penelitian, peneliti menggunakan *field notes* atau buku catatan ketika peneliti langsung terjun kelapangan.

2. Wawancara

Wawancara merupakan suatu kegiatan pengumpulan data yang dilakukan untuk memperoleh atau mendapatkan informasi secara langsung dari sumbernya

yaitu dari responden yang sudah ditetapkan peneliti, Wawasan ini digunakan bila ingin mengetahui hal-hal dari responden secara lebih mendalam serta jumlah responden sedikit.²⁸ Wawancara dilakukan dengan sejumlah (wawancara) secara lisan kepada pemilik usaha, karyawan, dan pelanggan bengkel mobil zhafira di masamba, kabupaten luwu utara.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah salah satu teknik pengumpulan data kualitatif yang merupakan catatan peristiwa yang terjadi sebelumnya.. dokumen bisa berbentuk gambar, tulisan, ataupun karya-karya dari seseorang.

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah proses mencari dan menyusun data yang dikumpulkan sehingga data tersebut dapat ditemukan kesimpulan dan dijadikan sebagai bahan informasi yang dapat dipahami diri sendiri maupun orang lain. menurut Miles dan Huberman terdapat tiga teknik analisis data kualitatif yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Analisis dilakukan setelah data-data yang dibutuhkan dalam penelitian ini terkumpul. Proses analisis dimulai dari membaca dan mempelajari, dan menelaah data yang didapat mengenai pelaksanaan strategi yang dilakukan pelaku UMKM kreatif dalam menumbuhkan kembangkan usahanya. Selanjutnya dari proses analisis tersebut, penulis mengambil kesimpulan dari masalah yang bersifat umum kepada masalah yang bersifat khusus.

²⁸ M.B.A Dr. Riduwan, *Metode Dan Teknik Menyusun Tesis* (Bandung: Alfabeta, 2013).

Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian kualitatif ini yaitu:

1. Reduksi data

Data yang diperoleh dilapangan jumlahnya cukup banyak, kompleks dan rumit. Untuk itu data tersebut perlu segera diolah dan dianalisis melalui reduksi. Mereduksi data berarti menyeleksi atau memilih hal-hal yang pokok memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian, data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah penelitian untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, mencari kembali bila diperlukan.

2. Penyajian data

Setelah data direduksi maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan atau menyajikan data, pada penelitian ini. Setelah data direduksi data diarahkan agar terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan semakin mudah untuk dipahami.

3. Penarikan kesimpulan

Setelah dilakukan penyajian data, selanjutnya menarik kesimpulan. Artinya, kesimpulan ini baru kesimpulan awal yang sifatnya sementara dan akan berubah dan akan berkembang setelah peneliti berada di lapangan. Apabila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat dan mendukung kesimpulan awal maka kesimpulan berubah. Sebaliknya apabila kesimpulan awal didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat kembali kelapangan mengumpulkan data, kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel. Kesimpulan dalam penelitian

kualitatif adalah merupakan temuan baru atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih kurang jelas sehingga setelah diteliti menjadi jelas.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Lokasi Penelitian

Kota masamba dengan luas wilayah 1.068,85 km², berada ditengah wilayah kabupaten luwu utara. posisi yang strategis ini menjadikan kecamatan Masamba yang ideal untuk dijadikan ibukota kabupaten Luwu Utara. kecamatan masamba berbatasan dengan kecamatan Rampi di bagian Utara, kecamatan Mappedeceng dan kecamatan Malangke merupakan batas di bagian Timur dan Selatan. Sedangkan di bagian barat berbatasan dengan kecamatan baebunta.

Pemerintah kecamatan Masamba membawahi 4 kelurahan, 15 desa dan 2 unit pemukiman transmigrasi. Kecamatan masamba berada pada wilayah dengan topografi yang beragam. Sebagian desa berada pada wilayah dengan topografi yang datar dan sebagian lainnya berada pada wilayah dengan topografi berbukit-bukit. Keseluruhan wilayah kecamatan ini berada pada ketinggian antara 50 sampai 300 meter diatas permukaan laut. Kecamatan ini terletak pada jalur trans-sulawesi yang menghubungkan Sulawesi tengah (poros palopo – poso) dan Sulawesi Tenggara (poros palopo – kolaka). Masamba memiliki sebuah Bandar udara yang berada di pusat kota Luwu Utara, yaitu Bandar Udara Andi Djemma.

1. Sejarah Berdirinya Bengkel Mobil Zhafira di Masamba

Bengkel mobil zhafira di Kota masamba dimulai pada tahun 2018 Pada mulanya usaha bengkel mobil Zhafira di Kota masamba, dimana nama bengkel tersebut diambil dari nama anak sendiri. Sebelum memulai usaha bengkel tersebut dia sempat kerja 10 tahun sebagai karyawan di beberapa bengkel milik orang lain (palopo, mamuju, sidrap, masamba). Dia belajar banyak berbagai jenis-jenis

kendaraan mobil dan kerusakan apa saja yang terjadi di kendaraan mobil tersebut. Setelah 10 tahun bekerja dia mendapatkan banyak ilmu pengetahuan tentang mekanik kendaraan, sehingga dia berinisiatif mendirikan usaha sendiri dari hasil bekerja dengan orang lain.

Setelah berdirinya bengkel mobil zhafira, awalnya mengalami kesulitan menjalankan usaha, seperti sepi pelanggan, kurang peralatan, kekurangan dana. Tapi seiring berjalannya bengkel tersebut terjadi peningkatan dengan laba pendapatan yang lumayan. Atas kerja keras beliau, bantuan dari keluarga dan teman-teman seperjuangan dalam usaha bengkel.

Dengan segala usaha dan pengorbanannya, bengkel tersebut mengalami perkembangan (kemajuan) dari segi perlengkapan maupun karyawan. Pihak bengkel mempekerjakan sebanyak 4 karyawan. Bengkel tersebut melayani jasa service mobil dan menjual perlengkapan/suku cadang mobil yang dibutuhkan pemilik kendaraan saat ini.

2. Letak geografis lokasi Bengkel zhafira kota Masamba

Letak geografis bengkel zafira di kabupaten luwu utara kelurahan masamba dengan lokasi:

Kabupaten :Luwu Utara

Kelurahan : Bone Tua

Kecamatan : Masamba

RT/RW : -

Alamat : jln. Sultan Hasanuddin

Adapun lokasi bengkel Zhafira kota Masamba berada ditengah wilayah kabupaten Luwu Utara. letak yang strategis

3. Profil pemilik bengkel zhafira kota Masamba

Nama :Lukman

Jenis Kelamin :laki-laki

Umur :36 tahun

Agama :Islam

Tamatan :SMK

Status :Menika

4. Visi dan misi Bengkel Zhafira Kota Masamba

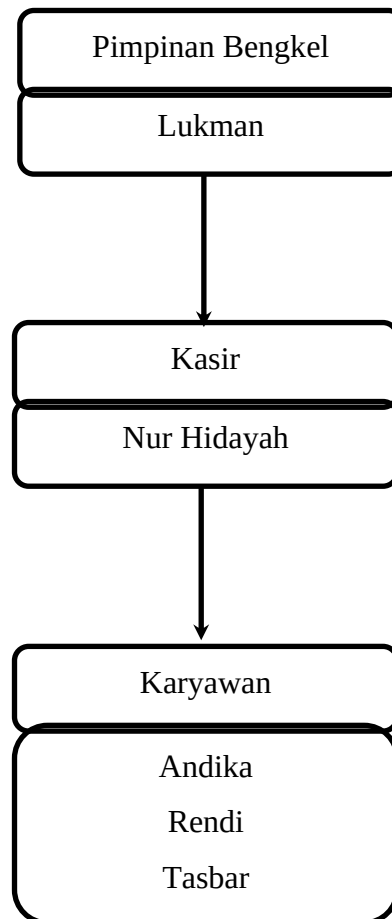
- a. Visi dari bengkel zhafira adalah menjadi bengkel mobil yang terbaik. secara umum dalam proses pelayanan kendaraan masyarakat.
- b. Misi dari bengkel zhafira motor adalah:
 - 1) Membuat cabang bengkel mobil zhafira disetiap wilayah
 - 2) Memberdayakan SDM di setiap wilayah (memberikan pekerjaan kepada masyarakat)
 - 3) Memberikan pelayanan bengkel yang bagus berdasarkan kejujuran dan kehati-hatian.
 - 4) Memberikan pelayanan mobil yang sehat, cepat, dan berkualitas.

5. Struktur Organisasi Bengkel Zhafira Kota Masamba

Bengkel mobil zhafira kota Masamba memiliki pimpinan yang bernama lukman, dan dibantu oleh istri sendiri sebagai kasir yang bernama nur hidayah, dan

memiliki anggota atau karyawan sebanyak 3 yang bernama Rendi, Andika, dan Taskbar yang bertugas untuk melayani konsumen atau pelanggan dalam jasa servis.

Struktur Organisasi Bengkel Zhafira Kota Masamba



Gambar 2.1. Struktur Organisasi Bengkel Zhafira Kota Masamba

B. Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil wawancara/observasi dalam penelitian ini tentang strategi pelayanan jasa servis mobil dalam meningkatkan pelanggan ditinjau dari etika bisnis islam. Strategi dalam dunia bisnis itu sangat penting, apalagi dalam dunia bisnis mekanik.

1. Hasil wawancara dari pemilik usaha

Adapun hasil wawancara dari bapak Lukman selaku pemilik bengkel mobil menyatakan bahwa “ *pelayanan yang dilakukan bagi saya sudah memuaskan kepada pelanggan yang buktinya makin banyak masyarakat yang kembali memakai jasa bengkel Zhafira karena kami selalu mengutamakan kepuasan pelanggan* ”.²⁹

Berdasarkan uraian diatas peneliti menyimpulkan hasil wawancara bahwa bengkel Zhafira dari segi pelayanan yang diberikan sudah memberikan dampak yang baik dan membuat para pelanggan merasa puas dari segi pelayan yang diberikan.

Adapun hasil wawancara dari Ibu Nurhidaya selaku istri dari pemilik usaha (Kasir) “ *bengkel ini menurut saya ada peningkatan dari segi barang maupun jasa yang dulunya hanya memiliki satu karyawan dan sekarang Alhamdulillah karyawan sudah bertambah menjadi tiga karyawan dan apalagi makin banyak alat yang sudah dibeli untuk perlengkapan bengkel dan dari tahun ketahun perlengkapan bengkel makin bertambah dan pelanggan juga bertambah* ”.³⁰

Berdasarkan uraian diatas dapat peneliti menyimpulkan hasil wawancara bahwa bengkel Zhafira dari tahun ke-tahun terjadi peningkatan barang dan bertambah dari jumlah karyawan maupun pelanggan.

2. Hasil wawancara dari pelanggan bengkel

Adapun hasil wawancara dari Bapak Fahri selaku pelanggan bengkel mobil Zhafira “*saya sudah sering service kendaraan saya di bengkel ini. Pelayanan di*

²⁹ Wawancara pemilik usaha bengkel Zhafirah Pada hari selasa 08 Februari 2022

³⁰ Wawancara istri pemilik usaha bengkel Zhafirah Pada hari selasa 08 Februari 2022

*bengkel ini cukup memuaskan dan biaya service sesuai dengan pasaran. Pelayanan karyawan bengkel inipun cukup baik dan ramah. Sparepart yang ada di bengkel ini ada tapi hanya alat-alat yang biasa seperti Riben, oli dan lain-lain. Biaya yang saya keluarkan sesuai dengan tingkat kerusakan dan saya juga menjalin hubungan baik dengan pemilik dan karyawan di bengkel ini karena saya berlangganan.*³¹

Jadi berdasarkan hasil wawancara diatas dapat di simpulkan bahwa di usaha mereka menggunakan bahan baku yang berkualitas dan harga yang terjangkau.

Adapun hasil wawancara dari Bapak Hasbi selaku pelanggan bengkel mobil Zhafira “Disini saya sudah datang servis mobil ketiga kalinya. Menurut saya pelayanan yang dilakukan oleh pihak bengkel Zhafira Motor sudah cukup memuaskan. Dimana pihak bengkel selalu ramah dan sopan ketika saya datang di bengkel tersebut. kemudian karyawan juga ketika dalam melakukan servis mobil selalu memperhatikan kebutuhan/keluhan terhadap mobil saya dan melakukan perbaikan yang tepat sesuai permintaan. Hal itu membuat saya datang kembali ketika mobil ada kerusakan lagi”.³²

Jadi berdasarkan hasil wawancara diatas dapat di simpulkan bahwa di usaha pelayanan yang diberikan dari hari kehari memilikipeningkatan dan memberikan kepuasan tersendiri bagimasyarakat yang datang untuk servis kendaraan.

Dari hasil wawancara terhadap ibu Sinar di bengkel Zhafira menyatakan bahwa “Strategi pelayanan yang dilakukan pihak bengkel cukup memuaskan dan cara servisnya juga sudah memuaskan karena pihak bengkel melakukan sesuai

³¹ Wawancara Pelanggan Fahri pada Hari Rabu 09 Februari 2022

³² Wawancara pelanggan Bapak Hasbi dibengkel Zhafirah Pada hari Selasa 08 Februari 2022

*yang diinginkan pelanggan tersebut sehingga pelanggan senang servis mobil di bengkel . Jadi menurut ibu sinar strategi pelayanan yang dilakukan itu sudah cukup memuaskan ”.*³³

Jadi berdasarkan hasil wawancara diatas dapat di simpulkan bahwa di usaha pelayanan yang diberikan dari hari kehari memilikipeningkatan dan memberikan kepuasan tersendiri bagi masyarakat yang datang untuk servis kendaraan.

Dari hasil wawancara terhadap pak Arham di bengkel Zhafira menyatakan bahwa “ *saya sudah sering service mobil di bengkel ini, pelayanan nya biasa saja dan hasil service nya pun bisa dibilang cukup memuaskan. Kalau masalah harga saya fikir itu sesuai dengan tingkat kerusakan namun kalau hanya biaya service saja memang dipatok cukup tinggi namun menurut saya itu tidak masalah karena hasil service nya yang cukup memuaskan. Karyawan bengkel ini kurang sosialisasi dengan pelanggan yang datang, mereka hanya banyak diam bahkan jika ditanya mereka hanya menjawab seadanya saja. Service yang saya lakukan disini juga hanya pemberian gemuk, ganti oli dan bersih-bersih karburator. Kalau saya dengan pemilik bengkel bisa dibilang memiliki hubungan baik karena memang saya sudah lama kenal dengan pemilik bengkel ini.*

Jadi berdasarkan hasil wawancara diatas dapat di simpulkan bahwa di usaha pelayanan yang diberikan dari hari kehari memilikipeningkatan dan memberikan kepuasan tersendiri bagimasyarakat yang datang untuk servis kendaraan tapi kekurangan dari bengkel krena kurangnya sosialisasi kemasyarakat agar bengkel dapat dikenal lebih luas lagi.

³³ Wawancara pelanggan Ibu Sinar dibengkel Zhafirah Pada hari selasa 08 Februari 2022

Dari hasil wawancara terhadap Bapak Anto menyatakan bahwa “*strategi pelayanan yang diberikan kepada pemilik bengkel dan karyawan kepada saya sudah cukup bagus, apalagi pelayanannya yang ramah dan selalu mengutamakan kebersihan bengkel agar yang datang berkunjung di bengkel tersebut merasakan kenyamanan*”.³⁴

Jadi berdasarkan hasil wawancara diatas dapat di simpulkan bahwa di usaha pelayanan yang diberikan dari hari kehari memilikipeningkatan dan memberikan kepuasan tersendiri bagimasyarakat yang datang untuk servis kendaraan. Masyarakat akan merasa sangat dihargai apabilah karyawan dan pemilikusaha memiliki tatakrma dan sopan santun kepada masyakat jadi memiliki nilai ples.

3. Hasil wawancara dari karyawan bengkel

Dari hasil wawancara terhadap Andika menyatakan bahwa “*pelanggan merasa tidak puas dengan pelayanan kami karena kadang pelayanan kami yang lelet karena kekurangan tenaga dan kadang banyak kendaraan yang berdatangan untuk diservis dari situ kami melayani komplain terhadap pihak bengkel dan pihak bengkel kadang melakukan pemecatan kepada karyawan karena faktor karyawan melakukan kelalaian pada saat melakukan servis mobil*”.³⁵

Dari hasil wawancara terhadap Taskbar menyatakan bahwa “*pemilik usaha selalu menekankan kepada para karyawan harus sholat tepat waktu, mengadakan jam istirahat pada saat jam makan dan waktu sholat, dan pemilik usaha juga selalu menekankan kebersihan paling utama untuk kenyamanan pelanggan*”.³⁶

³⁴ Wawancara pelanggan Bapak Anto dibengkel Zhafirah Pada hari selasa 08 Februari 2022

³⁵ Wawancara karyawan 1 Andika, Pada hari selasa 08 Februari 2022

³⁶ Wawancara karyawan 2 Pada hari selasa 08 Februari 2022

Dari hasil wawancara terhadap Rendi menyatakan bahwa “ *bagi saya untuk karyawan yang bekerja di bengkel sudah melakukan semaksimal mungkin dan tidak ingin melakukan apapun yang membuat pemilik bengkel dan pelanggan kecewa terhadap pelayanan yang kami berikan tetapi pada saat jam sholat para karyawan bengkel istirahat untuk melakukan sholat* ”.³⁷

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa strategi yang dilakukan pihak bengkel Zhafira adalah mengutamakan kenyamanan dengan cara tetap ramah terhadap pelanggan, sopan, menyediakan kursi tunggu, bengkel, menyediakan fasilitas motor, dan istirahat saat jam sholat agar memberikan hasil yang maksimal dan memuaskan karena pelayanan yang baik akan memberikan dampak yang sangat baik bagi jasa bengkel tersebut. Jadi penulis menyimpulkan dari hasil wawancara diatas pihak bengkel mempunyai strategi yang dapat memuaskan pelanggan.

C. Pembahasan

Menurut Stefani K. Marrus, strategi dapat didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat tercapai.³⁸

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Data penelitian bersifat observasi, wawancara dan dokumentasi. Penggunaan menggunakan

³⁷ Wawancara karyawan 3 Rendi Pada hari Selasa 08 Februari 2022

³⁸ Husein Umar, *Desain Penelitian Manajemen Strategik: Cara Mudah Meneliti Masalah-Masalah Manajemen Strategik untuk Skripsi, Tesis, dan Praktik Bisnis*, Jakarta: Rajawali Pers, 2010,, h.16

metode penelitian kualitatif bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pengusaha mebel dalam menghadapi permasalahan bahan baku kayu dan permesinan. Hasil penelitian menjelaskan tentang strategi pelayanan jasa servis mobil dalam meningkatkan pelanggan ditinjau dari etika bisnis islam. Dimana strategi diperoleh dari pengelompokan strategi teridentifikasi dari para informan sesuai dengan hasil observasi dan wawancara.³⁹

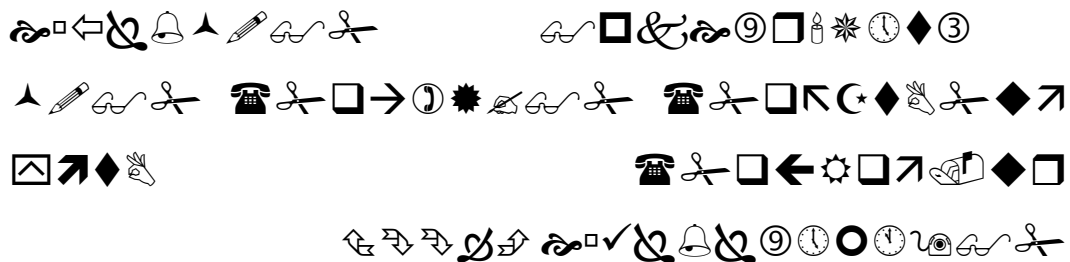
1. Pelayanan Jasa Service Bengkel Mobil Zhafira Di Tinjau Menurut Bisnis Islam

Pelayanan dalam hubungan kerja atau bisnis adalah penting. Islam menganjurkan setiap orang maupun organisasi memberikan pelayanan dengan kualitas terbaik. Pelayanan yang berkualitas adalah apabila yang dikerjakan seseorang untuk orang lain yang dapat menimbulkan rasa tentram dan bahagia dan memberikan implikasi baik, yaitu terbentuknya hubungan dalam rangka mempererat tali silaturahmi diantara kedua belah pihak. Melalui hubungan bisnis antara pihak perusahaan dengan pelanggannya tidak hanya kerjasama saling mencari keuntungan semata, namun dibalik itu ada nilai kebersamaan untuk saling menjaga jalinan kerjasama yang diikat oleh tali persaudaraan. Pelayanan yang baik dan berkualitas dapat menjadikan pelanggan merasa lebih nyaman. Pelayanan yang profesional dapat menghilangkan keraguan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan. Berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti, secara umum bengkel Zhafira sudah memenuhi beberapa indikator pelayanan secara baik, diantaranya:

³⁹ Mariani Idris, *Strategi pengembangan industrimeubel* Irma jaya di Kota Palu, 2015

- a. Kejujuran, contohnya ketika pelanggan ingin memperbaiki kendaraannya, mekanik memeriksa terlebih dahulu kerusakan kendaraan tersebut, setelah melihat kerusakan yang ada pihak bengkel Zafira / mekaniknya akan menjelaskan kepada pelanggan kerusakannya dan jika ada alat yang harus diganti dari alat-alat kendaraan tersebut pihak bengkel menjelaskan terlebih dahulu kepada pelanggannya, apakah diganti atau tidak, dan memberitahu barang yang bagus (asli), dan yang kurang bagus (tiruan) sekaligus dengan harga dari masing-masing barang yang telah disebutkan tadi.

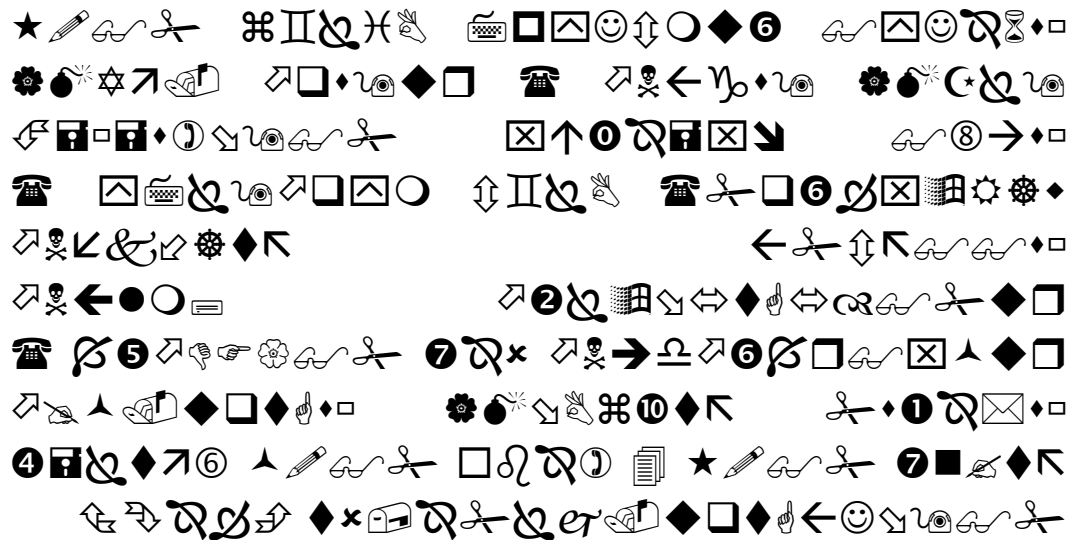
Kejujuran, adalah pondasi pertama dalam menjalankan bisnis. Sikap ini harus dipraktekkan terutama ketika proses negosiasi yakni dengan menyampaikan informasi yang jelas dan tulus.



“Hai orang-orang yang beriman bertakwalah kepada Allah, dan hendaklah kamu bersama orang-orang yang benar. (QS. at-Taubah (9):119

- b. Kesopanan dan keramahan, contohnya ketika pelanggan datang, karyawan bengkel selalu memberikan respon yang baik, mempersilahkan pelanggan duduk ditempat yang telah disediakan, dan melayani pelanggan dengan mendengarkan keluhan-keluhan pelanggan mengenai kendaraan yang akan diperbaiki dengan baik. Kesopanan dan keramahan ini sebagaimana islam

mengajarkan, dalam firman Allah SWT dalam QS. Ali-Imran (3) : 159 yang berbunyi:



“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.” QS. Ali-Imran (3) :159.

- c. Keadilan, contohnya ketika pelanggan datang, pihak bengkel memberikan perlakuan yang sama tanpa membedakan pelanggan tersebut dari status, umur, jabatan, maupun kekayaan pelangganya, karyawan (mekanik) selalu mengerjakan pekerjaannya sesuai dengan antrian pelanggan yang datang, contoh kendaraan pelanggan yang datang lebih awal maka kendaraan itulah

yang akan didahulukan dalam pengerjaannya. Sesuai dengan QS. An-Nisaa' (4) : 135



“Wahai orang-orang yang beriman, jadilah kamu orang yang benar-benar

penegak keadilan, menjadi saksi Karena Allah biarpun terhadap dirimu sendiri atau ibu bapa dan kaum kerabatmu. jika ia Kaya ataupun miskin, Maka Allah lebih tahu kemaslahatannya. Maka janganlah kamu mengikuti hawa nafsu Karena ingin menyimpang dari kebenaran. dan jika kamu memutar balikkan (kata-kata) atau enggan menjadi saksi, Maka Sesungguhnya Allah adalah Maha mengetahui segala apa yang kamu kerjakan” QS. An-Nisaa' (4) : 135

- d. Cepat dan tepat dalam kinerjanya, mutu barang yang bagus, dan harga jasa yang diberikan sesuai standar pelanggannya. Memberikan pelayanan dengan cepat dan tepat menunjukkan pelaku bisnis yang profesional, memberikan suatu kerja berkualitas dan bermutu. Kecepatan dalam bergerak adalah hal yang utama.

Pemanfaatan waktu secara efektif benar-benar menjadi hal yang bersifat esensial. Pelaku bisnis yang selalu tanggap maka akan melahirkan sikap inovatif dan tidak ada waktu yang terbuang. Hak kerja Islam didasarkan atas kemampuan atau profesionalisme, mengingat Islam sangat menekankan prestasi kerja. Rasulullah bersabda:

“Barang siapa diberi kuasa melaksanakan urusan orang-orang Islam, lalu ia menugaskan seseorang padahal ia menemukan orang lain yang lebih baik darinya, maka ia telah berkhianat kepada Allah dan Rasul-Nya.”

Dalam pandangan Islam menyerahkan urusan kepada orang yang tidak menguasainya, maka itu adalah tanda-tanda kehancuran. Rasulullah bersabda:

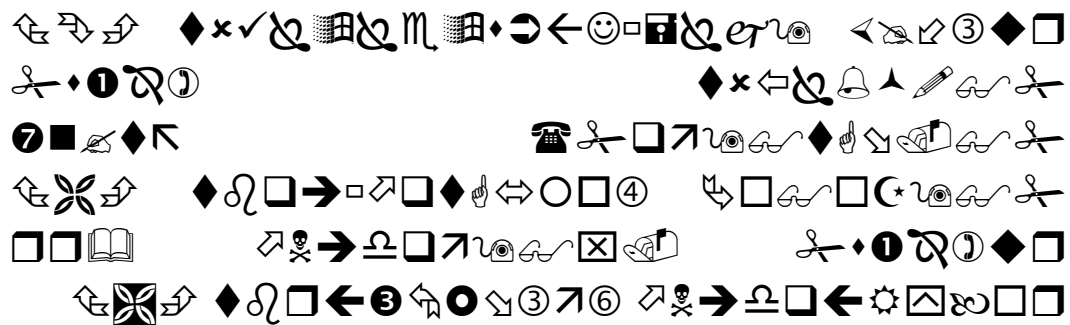
*“Barang siapa menunjuk seseorang untuk suatu jabatan karena pertimbangan cinta dan kedekatan kekeluargaan, dan ia mempekerjakannya hanya karena itu, maka ia telah berkhianat pada Allah, Rasul, dan orang-orang beriman.”*⁴⁰

Hadis diatas menjelaskan bahwa setiap manusia hendaknya tidak menyia-nyiakan amanat yang menjadi tanggung jawabnya, dapat bekerja dengan keahlian yang baik sehingga tidak akan mengalami kehancuran. Ketika pelaku bisnis bekerja memberikan pelayanan dengan keahliannya (kompeten) maka akan bekerja dengan tanggap (cepat dan tepat) sehingga pelanggan akan memperoleh kepuasan.⁴¹

⁴⁰ Abdul Hamid Mursi, Sumber Daya Manusia Yang Produktif Pendekatan Al-Qur'an dan Sains, (Jakarta: Gema Insani Press, 1988), h. 165

⁴¹<http://idb4.wikispaces.com/file/view/sm4007analisis+Pengaruh+Kualitas+Pelayanan.13/09/2012>. Pdf.

- c. Harga, harga yang diberikan Bengkel Zhafira kepada pelanggannya sesuai dengan kualitas barang atau jasa yang diberikan. Firman Allah QS. Al-muthafifin (83) : 1-3



“Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi, Dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi”
QS. Al-muthafifin (83) : 1-3

Sebagian indikator diatas telah penulis paparkan pada bab sebelumnya, yaitu pada bab tiga. Secara umum indikator di atas menunjukkan bahwa pelayanan Bengkel Zafirah terhadap pelanggannya sudah baik, namun masih ada indikator pelayanan yang memang belum memuaskan pelanggan, diantaranya :

Pertama, kebersihan. Lingkungan Bengkel Zhafira masih kurang diperhatikan kebersihannya, seperti lantai yang masih banyak debu dan pasirnya, sehingga ini berdampak pada hasil kerja yang kurang maksimal dikarenakan bisa mengganggu kenyamanan mekanik bengkel dalam bekerja. Kurangnya kebersihan pada suatu bengkel juga akan menjadi pertimbangan bagi pelanggan untuk tetap menjadi pelanggan setia.

Kebersihan adalah salah satu indikator pelayanan yang cukup penting dalam menjaga kenyamanan, dan simpatinya pelanggan, dan hal-hal lainnya yang berkaitan dengan pelayanan. Kondisi bengkel yang kotor akan menurunkan kepercayaan pelanggan karena terkesan tidak profesional. Oleh karena itu seluruh kegiatan yang ada di dalam bengkel, wajib untuk melestarikan kebersihan lingkaran tersebut agar tidak merugikan kehidupan yang berada di bengkel. Kebersihan merupakan salah satu hal yang sangat penting dan diutamakan dalam setiap melakukan pekerjaan karena kebersihan juga merupakan salah satu langkah keselamatan kerja, bila alat tidak bersih maka akan merusak alat itu sendiri dan fungsinya pun berkurang. Ruang yang digunakan juga senantiasa harus bersih agar dapat menjaga kenyamanan kita.

Dalam islam kebersihan itu sangatlah dianjurkan seperti dalam sabda Rasulullah SAW yaitu kebersihan itu adalah sebagian dari keimanan. (HR Muslim). Al-qur'an juga menekankan masalah kebersihan dalam QS. Al- Muddatsir(74) : 4-5.



“Dan pakaianmu bersihkanlah, Dan perbuatan dosa tinggalkanlah” QS. (al- Muddatsir (74) : 4-5)

Kedua, fasilitas Bengkel . Kelengkapan/ketersediaan barang pada bengkel Qta masih kurang, ini karenakan jumlah modal yang terbatas dari pihak bengkel, sehingga menjadi kendala saat pelanggan membutuhkan barang yang diinginkan. Pihak Bengkel harus mencari lebih dahulu ke tempat lain dan hal ini cukup

memakan waktu dan akhirnya berdampak kepada pelanggan yang menunggu agak lama.

Ketiga, kenyamanan. Pelanggan Bengkel Zafirah masih merasa kurang nyaman, ini disebabkan karena lingkungan yang kurang bersih dan alat-alat bekerja mekanik yang kurang tertata dengan rapi dan juga disebabkan oleh ketersediaan barang yang kurang lengkap sehingga pelanggan harus menunggu lama, dan fasilitas ruang tunggu yang kurang nyaman karena kurang bersih dan tidak adanya pewangi ruangan.

D. Tinjauan Etika Bisnis Islam Dalam Pelayanan Jasa Servis Mobil Dalam Meningkatkan Pelanggan di Bengkel Zhafira

Berdasarkan buku yang ditulis oleh Muhammad terdapat 5 nilai dasar etika bisnis Islam yaitu tauhid, khilafah, ibadah, tazkiyah, dan ihsan.⁴² Berikut penjelaannya:

1. Tauhid

Dalam hal ini tauhid (kesatuan) mencakup semua aspek seperti agama, ekonomi, politik dan sosial menjadi keseluruhan yang homogen. Pada kasus ini yang dipadukan adalah ekonomi dan agama yaitu mengukur kegiatan ekonomi sesuai dengan kaidah-kaidah dalam agama islam. Hal yang menyangkut masalah ekonomi adalah keadilan baik dalam hal harga alat yang dibeli, biaya service dan keaslian alat yang dibeli. Berdasarkan hasil wawancara kepada pak arham *harga sesuai dengan tingkat kerusakan*, dapat kita lihat bahwa harga yang dipatok cukup

⁴² Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta : UPP-AMP YKPN), 2004 h. 71

ringan (bersahabat) dan yang cukup mahal itu dimungkinkan sesuai dengan kualitas alatnya.

2. Khalifah (tanggung jawab)

Pada hal ini lebih menekankan kepada tanggung jawab service pada bengkel Zhafira berdasarkan hasil wawancara sebelumnya sudah jelas bahwa bengkel ini bertanggung jawab dengan kinerja karyawan atau service yang dilakukan dapat dipertanggung jawabkan.

3. Ibadah (peyerahan Total)

Pada pelaksanaan pelayanan jasa bengkel Zhafira telah melakukan tanggung jawab pelaksanaan pelayanan sesuai dengan penyerahan pelanggan untuk melakukan service. Beberapa pelanggan menyerahkan kendaraanya secara total dalam artian tanpa mengawasi proses service yang dilakukan pihak bengkel Zhafira. Melainkan memberikan kepercayaan penuh kepada pemilik untuk memperbaiki mobilnya dan hanya menerima hasil dan membayar biaya service saja. Pihak bengkelpun bertanggung jawab atas pemberian amanah tersebut. Hal ini tentu sudah sesuai dengan prinsip ibadah karena memberikan kepercayaan penuh dan memegang amanah bagi pihak bengkel merupakan ibadah.

4. Ihsan (kebaikan orang lain kebersamaan profesional)

Dalam memberikan pelayanan jasa harus memiliki tenaga yang profesional dalam bidangnya. Keahlian khusus memberikan kesan tersendiri kepada Pelanggan yang datang. Bukan hanya pelayanan namun hasil yang memuaskan juga menjadi salah satu hal yang penting untuk diperhatikan oleh pihak perusahaan yang dalam hal ini adalah bengkel Zhafira.

Dalam hal hasil kerja tentu bengkel ini termasuk salah satu bengkel yang memiliki teknisi yang profesional seperti yang terlihat pada hasil wawancara kepada bapak fahri *pelayanan dibengkel ini cukup memuaskan*, menurut bapak hasbi *hasilnya cukup memuaskan*, menurut ibu Sinar *cukup memuaskan*. Dengan adanya kata hasilnya memuaskan tampak bahwa tenaga kerja di bengkel atau mekanik di bengkel Zhafira ini sudah profesional dan hal ini sesuai dengan prinsip etika bisnis islam yang ke dua yaitu keprofesionalan.

5. Prinsip kebajikan dan kejujuran

Pada konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku benar yang meliputi proses akad (transaksi) proses mencari atau memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan keuntungan. Salah satu yang menjadi hal penting untuk diperhatikan memperoleh komoditas pengembangan dan meraih keuntungan adalah pelayanan jasa. Semakin baik pelayanan yang diberikan akan semakin banyak pengunjung yang tentunya akan meraih keuntungan yang berlimpah.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari pemaparan pembahasan dalam bab-bab sebelumnya dan menguraikan pokok-pokok yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian dengan judul “Strategi Pelayanan Jasa Servis Mobil Dalam Meningkatkan Pelanggan Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam” maka dapat disimpulkan bahwa sebagai berikut:

1. Strategi Pelayanan yang diberikan bengkel Zhafira secara umum sudah baik, diantaranya kejujuran, kesopanan dan keramahan, keadilan, kecepatan dan ketepatan dalam bekerja, mutu barang yang bagus, harga jasa yang diberikan standar (kompetitif). Namun masih ada beberapa yang masih belum, diantaranya kebersihan yang masih kurang, fasilitas yang masih kurang lengkap dan ketersediaan barang yang masih kurang lengkap.
2. Tinjauan Bisnis Islam terhadap pelayanan jasa service Bengkel Zhafira ialah pelayanan jasa dibengkel Zhafira belum sepenuhnya menjalankan bisnis Islam, karena di Bengkel Zhafira masih kurang bersih, sementara dalam bisnis Islam kebersihan perusahaan atau tempat bekerja itu sangatlah penting demi menjaga kenyamanan dalam bekerja, kenyamanan pelanggan dan lain sebagainya.
3. Dampak keberadaan bengkel zhafira mampu membantu masyarakat karena dapat membantu masyarakat yang tidak memiliki pekerjaan bisa memiliki pekerjaan dan bisa membantu perekonomian dalam keluarganya.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka diajukan beberapa saran sebagai berikut :

1. Para karyawan Bengkel Zafira diharapkan menambah pengetahuan mereka tentang otomotif agar karyawan dapat dengan cepat dan baik dalam mengidentifikasi masalah yang dialami pelanggan Bengkel Zhafira. Karyawan Bengkel Qta juga diharapkan meningkatkan lagi kualitas kinerja mereka agar dapat memperbaiki kerusakan kendaraan dengan cepat dan tepat waktu sesuai dengan waktu yang dijanjikan, seperti karyawan bersedia bekerja lembur dan lebih cekatan dalam melakukan perbaikan kendaraan.
2. Kehadiran bengkel zhafira dapat meningkatkan perekonomian dan membantu masyarakat sekitar, dan bisa menjadi salah satu strategi dalam upaya pemulihan perekonomian karena dapat membantu penurunan pengangguran.
3. Untuk pemilik usaha alangkah baiknya menambah karyawan yang ahli dalam bidang mekanik supaya pelanggan tidak mengalami kekecewaan dan merasa puas pelayanan yang diberikan
4. Untuk peneliti yang akan datang alangkah baiknya kalau ingin mengambil judul seperti penelitian alangkah baiknya melakukan observasi supaya tahu mekanisme bengkel tersebut dan tidak memiliki kendala apapun.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Hamid Mursi. *Abdul Hamid Mursi, Sumber Daya Manusia Yang Produktif Pendekatan Al-Qur'an Dan Sains*. Jakarta: Gema Insani Press, 1988.
- Alfarizi, Irfan. *Trend Jual Beli Online Melalui Situs Resmi Menurut Tinjauan Etika Bisnis Islam* 2019
- Baidowi, Aris. "Etika Bisnis Perspektif Islam" 9 (2011): 239–250.
- Ditinjau, Pelanggan, and Dari Ekonomi. "Pelayanan Jasa Servis Mobil Dalam Meningkatkan Pelanggan Ditinjau Dari Ekonomi Islam (Study Kasus Bengkel Mobil Qta Soebrantas Pekanbaru)" (2012).
- Dinata, Nana Syaodih Sukma. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006.
- Dr. Riduwan, M.B.A. *Metode Dan Teknik Menyusun Tesis*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Fajriani, Lia. "Analisis Strategi Mix Marketing Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Bengkel Rizky Motor Di Kabupaten Banjar." Universitas Islam Kalimantan MAB, 2021.
- Fauzi, Rahmat. "Perilaku Pengusaha Bengkel Dalam Pelayanan Jasa Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam Kota Bengkulu (Studi Kasus Bengkel Sis Brewok)." IAIN BENGKULU, 2019.
- Ghafur, Abdul. "Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam." *Iqtishodiyah : Jurnal*

Ekonomi dan Bisnis Islam 4, no. 1 (2018): 63–74.

Husein Umar, *Desain Penelitian Manajemen Strategik: Cara Mudah Meneliti Masalah-Masalah Manajemen Strategik Untuk Skripsi, Tesis, dan Praktik Bisnis*, Jakarta: Rajawali Pers, 2010, h.16

Ira Retno and Desmawati Desmawati, “Analisis Kualitas Pelayanan Pada Pt. Wangsa Indra Permana Service Mobil Audi Center Halim,” *Jurnal Administrasi dan Manajemen* 8, no. 2 (2018).

Irawan Hadi. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2002

Mardalis. *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2005.

Nasution. *Manajemen Mutu Terpadu*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2001

Octa, Andhika. “Literature Review: Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Di Bengkel Resmi Menggunakan Sistem Manajemen Pelanggan Elektronik.” *Informatik: Jurnal Ilmu Komputer* 15, no. 1 (2019): 39–50.

Rahmat, Biki Zulfikri. “Corporate Social Responsibility Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam.” *Amwaluna: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah* 1, no. 1 (2017): 98–115.

Retno, Ira, and Desmawati Desmawati. “Analisis Kualitas Pelayanan Pada Pt. Wangsa Indra Permana Service Mobil Audi Center Halim.” *Jurnal Administrasi dan Manajemen* 8, no. 2 (2018).

Syakir, Muhammad. *Asuransi Syariah (Life and General)*. Jakarta:Gema Insani
2004, h.747

Sulaiman, Muhammad. *Jejak Bisnis Rasul*. Jakarta: PT Mizan Publika, 2010.

Wawancara pemilik usaha bengkel Zhafirah Pada hari Selasa 08 Februari 2022

Wawancara istri pemilik usaha bengkel Zhafirah Pada hari Selasa 08 Februari 2022

Wawancara Pelanggan Fahri pada Hari Rabu 09 Februari 2022

Wawancara pelanggan Bapak Hasbi di bengkel Zhafirah Pada hari Selasa 08
Februari 2022

L

A

M

P

I

R

A

N

LAMPIRAN

Lampiran 1. Data informan

NO	Informan	Keterangan
1	Lukman	Pemilik Usaha
2	Nur Hidayah	Istri pemilik Usaha (Kasir)
3	Taskbar	Karyawan
4	Rendi	Karyawan
5	Andika	Karyawan
6	Sinar	Pelanggan
7	Hasbi	Pelanggan
8	Fahri	Pelanggan
	Anto	Pelanggan
	Arham	Pelanggan

Lampiran 2. Lembar Pedoman Wawancara

Daftar Wawancara Penelitian

A. Pertanyaan untuk pemilik usaha dan karyawan/anggota

1. Nama pemilik usaha?
2. sejak kapan bapak memulai usaha?
3. bagaimana sejarah berdirinya bengkel bapak?
4. apa visi dan misi usaha bapak?
5. Berapa banyak anggota/karyawan usaha bengkel bapak?
6. Bagaimana strategi pelayanan jasa yang dilakukan bapak dalam mengelolah usaha ini?
7. Bagaimana perkembangan bisnis bengkel Zhafira?
8. Apakah bengkel bapak menerima komplain atau ketidakpuasan hasil pekerjaan yang diberikan?

9. Apa saja kendala yang dihadapi selama menjalankan usaha?

B. Pertanyaan untuk konsumen/pelanggan bengkel

1. Nama?
2. Bagaimana pelayanan jasa servis yang dilakukan oleh pihak bengkel tersebut?
3. Bagaimana tanggapan bapak/ibu mengenai jasa servis mobil yang diberikan oleh pihak bengkel?
4. Apakah bapak/ibu selalu datang servis mobil di bengkel Zhafira Motor?

DOKUMENTASI

1. Dokumentasi dengan pemilik Bengkel Zhafira





2. Dokumentasi dengan Karyawan





3. Dokumentasi mobil pelanggan







PEMERINTAH KABUPATEN LUWU UTARA
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
(DPMPTSP)

Jalan Simpursiang Kantor Gabungan Dinas No.27 Telp/Fax 0473-21536 Kode Pos 92961 Masamba

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Nomor : 19080/01383/SKP DPMPTSP II/2022

- Membaca : Permohonan Surat Keterangan Penelitian an. Nur Amalia beserta lampirannya.
- Menimbang : Rekomendasi Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kabupaten Luwu Utara Nomor 070/049-II/Bakesbangpol/2022 tanggal 04 Februari 2022
- Mengingat :
1. Undang-Undang Nomor 39 Tahun 2008 tentang Kementerian Negara;
 2. Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah;
 3. Peraturan Pemerintah Nomor 12 Tahun 2007 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Pemerintah Daerah;
 4. Peraturan Presiden Nomor 97 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pelayanan Terpadu Satu Pintu;
 5. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 3 tahun 2018 tentang Penerbitan Surat Keterangan Penelitian;
 6. Peraturan Bupati Nomor 17 Tahun 2020 tentang Perubahan Kedua atas Peraturan Bupati Luwu Utara Nomor 11 Tahun 2018 tentang Pelimpahan Kewenangan Perizinan, Non Perizinan dan Penanaman Modal Kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu.

MEMUTUSKAN

- Menetapkan : Memberikan Surat Keterangan Penelitian Kepada :
- Nama : Nur Amalia
- Nomor : 081271108166
- Telepon
- Alamat : Dsn. Katontana, Desa Arusu Kecamatan Malange Barat, Kab. Luwu Utara Provinsi Sulawesi Selatan
- Sekolah / : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo
- Instansi
- Judul : Strategi Pelayanan Jasa Servis Mobil Dalam Meningkatkan Pelanggan Diturun Dari Etika Bisnis Islam
- Penelitian
- Lokasi : Bone Tua, Kelurahan Bone Tua Kecamatan Masamba, Kab. Luwu Utara Provinsi Sulawesi Selatan
- Penelitian

Dengan ketentuan sebagai berikut

1. Surat Keterangan Penelitian ini mulai berlaku pada tanggal 05 Februari s/d 15 Februari 2022.
2. Mematuhi semua peraturan Perundang-Undangan yang berlaku.
3. Surat Keterangan Penelitian ini dicabut kembali dan dinyatakan tidak berlaku apabila pemegang surat ini tidak mematuhi ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Surat Keterangan Penelitian ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya dan batal dengan sendirinya jika bertentangan dengan tujuan dan/atau ketentuan berlaku.

Diterbitkan di : Masamba



Retribusi : Rp. 0,00

No. Seri : 19080

RIWAYAT HIDUP



Nur Amalia, lahir di Balakala 14 Agustus 1998, penulis ini merupakan anak terakhir dari enam bersaudara dari pasangan suami istri ayahanda Daha dan Ibunda Simi. Saat ini, penulis bertempat tinggal di Dusun Katonanta Desa Arusu Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara.

Pendidikan dasar penulis diselesaikan pada tahun 2011 di SDN 153 Mattiro Walie, pendidikan sekolah menengah pertama di SMPN 1 Malangke Barat pada tahun 2014, pendidikan sekolah menengah atas SMA N 1 Malangke Barat pada tahun 2017, pada tahun 2017 penulis melanjutkan pendidikan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo dan mengambil jurusan Manajemen Bisnis Syariah.

Contak person penulis: nuramalia_mhs17@iainpalopo.ac.id