

ANALISIS PELAYANAN TOKO SAYURAN TERHADAP KONSUMEN DI TINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM

Dofriyansyah Mentino¹, Synthia Puspitasari², Lilis Renfiana³

^{1,2}Institut Agama Islam Negeri Metro

E-mail: ¹dofriansyahmentino@gmail.com, ²synthiapuspitasari12@gmail.com,
³lilisrefiana@metrouniv.ac.id

ABSTRAK

Kualitas pelayanan merupakan strategi yang bisa di gunakan untuk bisa menarik konsumen agar dapat terwujudnya suatu keinginan dalam menciptakan kepuasan bagi konsumen. Jika kualitas pelayanan yang ada di setiap usaha di berikan dengan baik dan memuaskan, maka akan memberikan dampak positif dan bisa meningkatkan minat beli konsumen. Tidak hanya itu juga Namun perlu diingat manusia bahwa tidak semua sumber daya dapat dimanfaatkan karena manusia terikat pada etika. Islam mengajarkan manusia agar selalu berpedoman pada ajaran Islam atau etika bisnis Islam, termasuk dalam berbisnis.

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data wawancara, dokumentasi dan observasi. Dimana untuk mengetahui toko mana yang mempunyai kualitas pelayanan terbaik dalam melayani konsumen nya. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dalam penelitian telah didapatkan 2 toko yang masuk dalam kriteria yaitu Toko Dinda dan Toko Siti. Maka dapat disimpulkan bahwa Toko Dinda telah menerapkan prinsip etika bisnis Islam dengan baik yaitu dengan menerapkan prinsip kehendak bebas, tanggung jawab, tauhid dan ihsan. Sedangkan Toko Siti belum dapat memenuhi prinsip etika bisnis Islam dengan baik karena toko hanya dapat memenuhi tiga prinsip yaitu kemauan bebas, tanggung jawab dan ihsan.

Kata kunci: Etika Bisnis Islam, Kualitas Pelayanan, Minat Pembelian, Referensi

A. Pendahuluan

Pada zaman sekarang ini persaingan yang dilakukan dalam bisnis sangat berkembang amat pesat, yang dampaknya setiap perusahaan akan menghadapi persaingan yang ketat dengan perusahaan kompetitor lainnya. Dengan terciptanya persaingan yang semakin ketat maka justru akan menimbulkan dorongan bagi para pelaku bisnis untuk selalu memaksimalkan potensi yang dimiliki perusahaan agar tetap dapat bersaing di pasar dengan kompetitornya. Jika perusahaan ingin maju dan berkembang maka dituntut untuk selalu menghasilkan produk yang baik dan berkualitas yang sesuai dengan nilai jual bagi para konsumen agar produk yang dihasilkan dapat bersaing di pasar dengan mobilitas produk yang lebih tinggi serta memberikan pelayanan terbaik terhadap para konsumen.

Kualitas pelayanan yang baik merupakan strategi yang dapat dipakai untuk mewujudkan keinginan dan harapan agar tercipta tingkat kepuasan yang tinggi yang dirasakan oleh para konsumen. Dengan terbentuknya sikap dari Perusahaan yang memiliki komitmen untuk memberikan kualitas pelayanan terbaiknya terhadap para konsumen, maka akan tercipta perasaan puas dari para konsumen terhadap pelayanan yang dilakukan oleh Perusahaan. Kualitas pelayanan penting perannya bagi sebuah Perusahaan dimana bisa memberikan pengaruh besar bagi kemajuan bagi suatu perusahaan. Jika kualitas pelayanan yang dilakukan oleh suatu unit usaha baik, maka akan tercipta citra positif kepada kenaikan terhadap minat dari konsumen untuk datang lagi ke tempat tersebut. (Riyani, Larashat, and Juhana 2021).

Tidak hanya itu di sini kualitas produk juga harus sangat di perhatikan baik dan buruk nya karena kwalitras produk juga menjadi indikator untuk bisa menjadi bahan pertimbangan yang di gunakan oleh para konsumen untuk memberikan nilai apakah produk tersebut layak atau tidak untuk di perjual belikan.(Faradannisa and Supriyanto 2022). Dengan bisa terjaga nya kualitas dari suatu produk maka itu akan bisa menjadi suatu keuntungan bagi Perusahaan, kerena produk tersebut secara kualitas bisa memberikan kepuasan kepada konsumen. Begitu juga dengan penelitian yang telah di lakukan oleh peneliti dimana kualitas pelayanan terhadap konsumen di tinjau dari etika bisnis islam pada Toko Sayur Dinda, Toko Sayur Siti. Usaha pertama adalah Toko Dinda, usaha ini didirikan pada 2005 oleh Ibu Musri dan beliau sampai saat ini masih terus konsisten dalam mempertahankan usahanya. Nama Toko Sayur Dinda di ambil dari nama anak sulung beliau yang Bernama Dinda dan inilah cikal bakal nama toko yang di dirikan oleh Ibu Musri. Saat ini di Toko Bu Dwi memiliki jumlah karyawan sebanyak 1 orang. Usaha toko ini menyediakan sayur mayur dengan harga yang ramah di kantong konsumen sehingga di nilai lebih murah dan dapat menarik banyak konsumen untuk melakukan transaksi jual beli atau belanja di Toko Dinda. Tujuan di lakukanya penelitian ini adalah untuk mengetahui serta menganalisis kualitas pelayanan yang ada di Toko Dinda dan Toko Siti dalam upaya peningkatan pelayanan konsumen terhadap minat beli di tinjau dari etika bisnis islam. Di Tengah besarnya persaingan antar toko yang menyediakan sayuran, kedua toko ini di nilai masih tetap eksis dan bertahan karena kedua toko tersebut memiliki strategi dalam pemasarannya masing- masing yang di nilai dapat menarik minat pelanggan untuk berbelanja di kedua toko tersebut.

B. Tinjauan Teoritis**1. Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan merupakan suatu hal yang harus sangat di perhatikan dalam menjalankan bisnis. Kualitas pelayanan yang baik dapat menciptakan kesan atau pengaruh yang baik dalam suatu usaha ataupun bisnis yang di jalankan. Kualitas pelayanan adalah hal penting yang harus di terapkan sesuai dengan prinsip yang telah ada terutama sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.(Nurhadi 2020).

Suatu usaha atau bisnis biasanya akan berjalan dengan lancar jika kualitas pelayanan yang di berikan bisa terlaksana dengan baik.(Sriutami, Orinaldi, and ... 2023). Sehingga para konsumen bisa merasa puas dan nyaman dari segi pelayanan yang Perusahaan berikan dengan baik. Yang mana hal ini bisa berdampak positif terhadap citra Perusahaan begitu juga dengan produk yang perusahaan jual.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan yang baik dan buruk yang di berikan oleh perusahaan di nilai akan sangat berpengaruh terhadap beberapa indikator yaitu:

- a. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dari konsumen, pelayanan yang di gunakan pada suatu usaha di nilai sangat berpengaruh kepada kepuasan dari konsumen, karena jika kualitas pelayanan yang di berikan oleh Perusahaan dapat memuaskan konsumen maka konsumen akan merasa puas dengan kualitas pelayanan yang di dapatkan dalam hal membeli suatu produk tersebut.

b. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap harga, jika produk yang di jual dapat memiliki kualitas yang tinggi maka akan di pastikan produk tersebut bisa dikatakan sebagai produk yang dapat memenuhi suatu kebutuhan dan harapan yang di inginkan oleh konsumen bahkan produk tersebut bisa melebihi ekspektasi yang di harapkan konsumen. Maka produk tersebut bisa di bilang sebagai produk yang baik dan berkualitas.(Khakim, Lukman, Azis Fathoni 2015).

3. Etika Bisnis Islam

Etika bisnis islam adalah suatu kegiatan usaha yang dimana dalam setiap proses pengerjaan nya atau setiap apa yang di lakukannya itu di landaskan pada dasar dan prinsip-prinsip islam. Dalam Islam, terdapat aturan dalam bisnis Islam telah mengatur tentang bagaimana tata cara berbisnis yang di anjurkan kepada pembisnis muslim agar bisnis yang telah menjalankan dapat maju dan juga mendapatkan berkah dari Allah SWT. Maka oleh sebab itu para pebisnis muslim harus di bekali dengan kemampuan untuk membedakan mana yang baik dan yang buruk serta yang di lakukan dengan menreapkan kode-kode etik dalam islam, hukum islam dan norma agama dalam menjalankan bisnis.(Marzuqi and Latif 2010).

Tujuan dari di terapkannya ekonomi islam di dunia bisnis tentu saja tidak lepas dari ingin tercapainya keberhasilan di dunia maupun akhirat.(Wati, Arif, and Devi 2021). Baik dari segi hal apapun manusia harus wajib melibatkan Tuhan dalam setiap kegiatan yang mereka jalankan, karena semua tindakan yang kita jalankan baik itu hal sekecil apapun Tuhan pasti mengetahuinya dan ketahuilah

semua yang kita telah kerjakan di dunia ini akan di minta pertanggung jawaban ketika di akhirat kelak.

4. Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam

- a. Tauhid (unity), merupakan pelaksanaan dari setiap kegiatan yang sedang di lakukan atau di jalankan tidak akan pernah keluar dari aturan yang ada di dalam islam. Yang mana kegiatan tersebut di nilai tidak akan menyebabkan kerugian bagi pihak mana pun termasuk tidak akan merugikan diri sendiri.
- b. Keseimbangan (equilibrium), selalu menerapkan sikap adil terhadap siapapun sehingga tidak mencari keuntungan sepihak saja akan tetapi dapat memberikan keuntungan terhadap semua pihak yang ikut dalam berkerja sama dalam menjalankan suatu bisnis atau usaha bersama.(Haryanti and Wijaya 2019)
- c. Kehendak bebas (free will), adanya kebebasan dalam menjalankan bisnis atau kebebasan dalam mengemukakan pendapat tentang bisnis. Akan tetapi di larang untuk bertindak semena-semena yang dapat menimbulkan potensi untuk merugikan orang lain.
- d. Tanggung jawab (responsibility), dalam dunia bisnis terdapat istilah berani berbuat yang artinya juga berani bertanggung jawab atas semua, yang telah di lakukan baik yang sedang di lakukan maupun dengan apa yang sudah terjadi. Terutama harus bertanggung jawab kepada Tuhan dan juga lingkungan sekitar.
- e. Ihsan (Benevolence), artinya selalu melakukan tindakan yang benar yang bisa menguntungkan tetapi tidak hanya untuk diri sendiri namun juga memiliki mafaat bagi orang lain. Tentunya di harus di lakukan secara ihklas dan dengan suka rela.

C. Metode Penelitian

Penelitian yang di laksanakan dengan memakai metode lapangan yang sifatnya deskriptif kualitatif yang di mana tujuan dari penggunaan metode ini adalah untuk menngungkapkan kualitas pelayanan pedagang terhadap konsumen di tinjau dari etika bisnis islam dan menilik kondisi yang ada di Toko Sayur Dinda dan Toko Sayur Siti.

Pada penelitian ini data yang di gunakan adalah data primer yang di mana menggunakan penentuan lokasi sebagai sampling dalam penentuan objek survey dimana peneliti sudah menentukan 5 toko tempat yang menjual sayuran, akan tetapi hanya terdapat 2 toko sayuran yang omsetnya terbilang cukup besar dari 5 toko sembako yang lain. Metode Penelitian yang di terapkan adalah dengan cara Survey langsung ke lapangan. dimana hal itu dilakukan demi untuk mendapatkan data yang di inginkan dari tempat yang akan di teliti secara alamiah (bukan buatan), akan tetapi peneliti juga melakukan usaha agar mendapatkan pengumpulan data yang kredibel, misalnya dengan mengedarkan kuesioner, test, wawancara terstruktur dan sebagainya pada populasi besar maupun kecil.(Dr. Farida Nugrahani 2008).

Peneliti dalam hal upaya untuk mendapatkan data melakukan survey langsung ke Toko Dinda dan Toko Siti, hal ini di laksanakan oleh peneliti agar bisa mendapatkan data terkait dengan kualitas pelayanan Toko Sayuran terhadap konsumen di tinjau dari etika bisnis islam. Sementara itu terkik dengan pengumpulan data yang di lakukan dalam penelitian adalah dengan melakukan wawancara, dokumentasi, dan observasi.

D. Hasil Penelitian dan Pembahasan**1. Analisis Pelayanan Pedagang Sembako Terhadap Konsumen pada Toko Sayur Dinda dan Toko Sayur Siti****a. Toko Dinda**

Pada Toko Sayuran Dinda kualitas pelayanan yang mereka lakukan di rasa sudah cukup baik. Meski sudah demikian tetap ada pihak konsumen yang mempunyai pandangan yang berbeda terhadap pelayanan yang ada di Toko Sayuran Dinda tersebut. Kesepuluh konsumen memberikan pandangan positif terhadap toko dengan alasan karena harga produk yang di jual murah dan terjangkau, pelayanan yang ramah, bersih dan rapih. Namun ada konsumen yang memberikan tanggapan jika Toko Dinda kurang rapih dalam hal penataan produk yang di jual dan juga pada pagi hari toko dalam keadaan yang sangat ramai sehingga para konsumen harus mengantri lebih lama. Dari kesepuluh konsumen yang memberikan pendapatnya mengatakan bahwa karyawan yang bekerja di toko tersebut berpenampilan cukup rapih, sigap terhadap permintaan yang di lakukan oleh konsumen, dan juga menunjukan sikap ramah-tamah kepada konsumen.

Pada dimensi kinerja terdapat tujuh konsumen yang memberikan pandangan yang positif yaitu keryawan yang bekerja sangat tanggap dan sigap saat melayani konsumen. Namun ternyata terdapat tiga konsumen yang memberikan pendapat yang berbeda yaitu karena pelayanan yang di lakukan kurang cepat jika toko dalam keadaan ramai pembeli khususnya pada pagi hari. Waktu yang di butuhkan untuk menunggu antrian

pada saat membeli barang di toko kira-kira selitar 5-15 menit. Lalu pada dimensi ketanggapan, kesepuluh konsumen berpendapat bahwa jika respon dan ketanggapan yang dimiliki oleh karyawan di rasa sudah cukup baik dalam melakukan pelayanan kepada para konsumen yang datang ke toko. Karyawan toko di nilai memiliki respon dan tanggapan yang baik dalam melayani permintaan yang di lakukan oleh konsumen pada saat melakukan pemesanan barang. Selanjutnya pada dimensi kepercayaan kesepuluh konsumen memberikan pendapat positif yaitu mengenai sikap yang di lakukan ramah dan sopan oleh karyawan kepada konsumen toko. Dan pada point terakhir dimensi empati, dari sepuluh konsumen memberikan pendapat bahwa karyawan mempunyai rasa perhatian yang baik kepada konsumen toko. Bukti dari rasa perhatian karyawan terhadap konsumen di wujudkan dengan cara melakukan hubungan komunikasi yang terjalin dengan baik dan selalu tersenyum kepada setiap konsumen saat sedang melayani.

Dari kualitas pelayanan yang telah di jelaskan, maka dapat di gambarkan minat beli konsumen pada Toko Sayuran Dinda sebagai berikut:

Tabel 3 Tingkat Kepuasan Konsumen

No	Nama	Transaksiona l	Refrensia l	Prefensia l
1.	Ibu Dwi	✓	✓	-
2.	Ibu Maryani	✓	✓	-
3.	Ibu Wagine m	✓	-	-

4.	Ibu Nur	✓	✓	-
5.	Ibu Eni	✓	✓	-
6.	Ibu Linda	✓	✓	-
7.	Ibu Rohani	✓	-	-
8.	Ibu Eka	✓	-	-
9.	Ibu Listiani	✓	✓	-
10.	Ibu Ambar	✓	✓	-
Persentase		100%	70%	0%

Sumber: Data diolah

Dari hasil tabel yang ada di atas bisa disimpulkan bahwa dari sepuluh konsumen toko punya kecenderungan untuk melakukan transaksi jual beli sayuran di Toko Dinda disebabkan karena harga di Toko Dinda nilai lebih murah dan kompetitif, produk-produk sayuran yang lengkap, pelayanan yang baik, serta letak lokasi toko yang di rasa cukup strategis. Selanjutnya sudah ada tujuh konsumen yang melakukan rekomendasi kepada orang lain untuk belanja di toko tersebut. Sebab alasan mengapa para konsumen melakukan rekomendasi kepada orang lain untuk belanja di toko tersebut disebabkan karena harga yang murah dan juga produk-produk aneka sayuran yang di jual di toko tersebut lengkap. Terdapat juga sebab lain mengapa konsumen yang telah belanja di sana cenderung untuk melakukan rekomendasi kepada orang lain karena adanya faktor kenyamanan yang tercipta di tempat tersebut dan juga karena faktor pelayanan yang di lakukan oleh karyawan di toko tersebut di lakukan dengan ramah kepada konsumen. Lalu dari sepuluh konsumen

narasumber yang telah di mintai keterangannya tidak bisa menjadikan toko sayuran Dinda sebagai rekomendasi utama, karena kemungkinan jarak tempuh konsumen ke Toko Dinda mungkin cukup jauh dari tempat tinggal konsumen. Akan tetapi hal tersebut juga tidak menjadi masalah bagi konsumen karena mengingat kualitas dan harga barang yang di jual di toko tersebut bisa murah dan yang pasti tidak begitu memberatkan para konsumen. Karena produk yang di jual berkualitas akan tetapi kualitasnya bagus akan membuat para konsumen terus menjadi pelanggan tetap di toko tersebut.

b. Toko Siti

Kualitas pelayanan di toko sayur yang telah kita lihat di pembahasan sebelumnya, pada Toko Siti yang sama produk jualannya seperti di pembahasan atas dinilai juga memiliki kualitas pelayanan yang baik. Dan juga sama halnya dengan toko Dinda di Di Toko Siti pula terdapt perbedaan pendapat tentang hal dalam kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang di lakukan pada Toko Siti tersebut. Sebagaimana di lihat berdasarkan dengan data yang telah ada yaitu mengenai tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang ada di Toko Siti yang mana dari kesepuluh terdapat enam konsumen yang berpendapat bahwa Toko Siti tersebut sudah cukup baik. Namun sebaliknya terdapat empat konsumen lainnya yang menyatakan bahwa di Toko Siti tersebut sangat-sangatlah kumuh, kotor, dan dari segi tata letak serta penyusunan produk-produk yang di jual di rasa sangat tidak efisien sehingga kesan dari pengunjung menganggapnya kurang rapih. Bahkan keempat

konsumen tersebut juga berpendapat bahwa toko Siti kurang menarik dan dari segi jumlah stok barang atau produk yang di jual bisa di bilang kurang lengkap. Akan tetapi keempat konsumen tersebut tidak memungkiri terkait kualitas pelayanan yang di berikan oleh pihak Toko Siti di nilai sangat baik karena sang pemilik toko yang menunjukkan sikap amat ramah dan bersahabat kepada setiap konsumen tokonya.

Di lihat dari segi ketanggapan terhadap konsumen di Toko Siti, mendapatkan respon positif dari kesepuluh konsumen tersebut. Karena menurut kesepuluh konsumen toko Siti memiliki pelayanan yang sangat baik kepada setiap pelanggannya yaitu seperti pelayanan yang di lakukan sangat cepat dan tanggap serta tidak membutuhkan waktu yang lama dalam melayani konsumen. Hal tersebut juga bias terjadi karena Toko Siti tidak melalu ramai oleh pembeli sehingga proses pelayananya hanya membutuhkan waktu yang hanya sebentar. Waktu yang di butuhkan oleh pemilik toko dalam melayani konsumennya hanya berkisar antara 1-2 menit saja. Rasa empati juga di tunjukan oleh sang pemilik toko terhadap konsumen ketika sedang membeli di Toko Siti, seperti pelayanan yang di lakukan terhadap permintaan dari konsumen berhasil di sikapi dengan baik oleh sang pemilik toko, hal ini adalah tanggapan dari keenam konsumen, namun keempat konsumen lain nya menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang ada di Toko Siti terhadap konsumen di nilai biasa saja dan di anggap suatu hal yang wajar, bahkan terkadang saat menanggapi permintaan atau pesanan dari pihak konsumen juga kurang baik dan kapasitasna

di anggap kurang memadai. Tidak hanya itu keempat konsumen tersebut juga mengatakan bahwa Toko Siti tersebut kurang aman jika di di lihat dari segi kebersihan toko yang bisa menimbulkan dampak yang negative terhadap Kesehatan konsumen yang membeli produk atau barang yang di jual di Toko Siti.

Dari kualitas pelayanan yang telah di jelaskan, maka dapat di gambarkan minat bei konsumen pada Toko Sayuran Siti sebagai berikut:

Tabel 4 Tingkat Kepuasan Konsumen

No	Nama	Transaksiona l	Renfensia l	Prefensia l
1.	Ibu Mutia	✓	✓	-
2.	Ibu Ririn	✓	✓	-
3.	Ibu Aminah	✓	-	-
4	Ibu Haniyul	✓	-	-
5.	Ibu Ros	✓	✓	-
6.	Ibu Tirah	✓	-	-
7.	Ibu Kamsiya h	✓	-	-
8.	Ibu Yayuk	✓	✓	-
9.	Ibu Sundari	✓	✓	-
10.	Ibu Tina	✓	✓	-
Persentas e		100%	60%	0%

Sumber: data diolah

Di lihat dari tabel di atas yang memiliki hasil yaitu bahwa dari kesepuluh konsumen berminat untuk berbelanja dan membeli produk atau barang di Toko Siti karena sebab harga produk yang di jual di sana yang cukup terjangkau, dan pemilik toko juga dari segi pelayanan di nilai ramah dan baik kepada para konsumen. Jika di lihat dari segi jarak tempuh tidak begitu jauh bagi para konsumen dan masih dalam jarak yang wajar. Namun tidak semua konsumen dapat mereferensikan untuk membeli produk yang ada di Toko Siti terutama dari kesepuluh konsumen di atas. Terdapat empat konsumen yang tidak berminat untuk mereferensikan Toko Siti tersebut ke orang lain karena alasan produk yang di jual pada Toko Siti kurang terjaga kebersihannya terutama terkait dengan kebersihan yang ada di toko itu sendiri, selanjut nya adanya tindakan yang kurang ramah dari sang penjual atau si pemilik took terhadap konsumen, serta kurangnya responsibitas terhadap kualitas pelayanan yang di berikan ke pada konsumen.

Berdasarkan analisis terkait kualitas pelayanan pedagang toko sayuran terhadap konsumen yang ada pada Toko Dinda dan Toko Siti yang sudah tertera di atas adalah faktok-faktor yang menyebabkan timbulnya minat beli dari para konsumen. Karena kualitas pelayanan di anggap dapat menjadi salah satu faktor penting dalam menarik para konsumen, maka di butuhkan kualitas pelayanan yang baik dan tidak hanya itu dalam usaha menarik minat para konsumen juga di butuhkan produk dengan kualitas yang baik dan aman.

2. Analisis Etika Bisnis Islam Guna Meninjau Pelayanan Toko Sayuran Terhadap Konsumen di Usaha Toko Dinda dan Toko Siti

Berdasarkan data yang telah didapatkan oleh peneliti setelah melalui pengamatan dan wawancara yang telah dilakukan kepada karyawan Toko Dinda dan juga Toko Siti, maka peneliti bisa untuk menganalisis data dari hasil pengamatan terhadap etika bisnis Islam guna meninjau pelayanan Toko Sayuran terhadap konsumen sebagai berikut:

a. Toko Sayuran Dinda

Berdasarkan data yang telah didapatkan pada pembahasan yang sebelumnya dapat dikatakan bahwa pada Toko Sayuran Dinda, karyawan yang ada di toko tersebut bisa di bilang sudah mempunyai kemampuan dan kualitas pelayanan yang baik dengan di terapkannya prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam. Akan tetapi pada prinsip kesatuan/tauhid karyawan di toko tersebut belum terpenuhi. Hal ini di karena sebab karyawan masih belum bisa untuk melaksanakan kewajiban sholat tepat sesuai waktu, karyawan biasanya baru bisa untuk melaksanakan kewajiban sholat pada saat toko dalam keadaan pelanggan yang mulai sepi, padahal pemilik toko sudah memberikan waktu kepada karyawannya waktu untuk melaksanakan sholat saat waktunya tiba. Kemudian dari prinsip yang sudah dipenuhi oleh karyawan toko yaitu terletak pada prinsip keseimbangan/keadilan. Dalam melakukan pelayanan terhadap konsumen karyawan selalu bersikap ramah Tamah dan selalu tanggap dalam memenuhi aneka ragam permintaan yang di

layangkan oleh konsumen toko. Selain itu karyawan toko memberikan bobot porsi yang sama dalam hal pelayanan kepada para konsumen dan tidak membedakan konsumen karena karyawan menganggap semua konsumen yang datang harus di perlakukan sama dan di layani dengan baik.

Selanjutnya pada prinsip kehendak bebas yang di terapkan, Karyawan memberikan kebebasan kepada para setiap konsumen toko untuk meminta produk terbaru dan bukan produk lama yang ada di toko karena konsumen berhak mendapatkan barang stok terbaru yang ada di toko sehingga konsumen bisa mendapat barang yang berkualitas tinggi. Berikutnya ada prinsip tanggung jawab yang harus di terapkan oleh karyawan toko. Dalam hal ini karyawan selalu di ingatkan untuk harus selalu menjamin penjual yang bertanggung jawab misalkan jika terjadi kesalahan yang di lakukan oleh karyawan terhadap konsumen maka karyawan di harus melakukan pertanggung jawabannya terhadap konsumen sebagai bentuk komitmen yang di lakukan agar konsumen tidak merasa kecewa dan di rugikan. Terakhir ada prinsip ihsan. Dalam prinsip ini karyawan menerapkan sikap ramah terhadap konsumen dan selalu melakukan komunikasi terhadap konsumen terkait dengan produk yang di jual di toko serta pelayanan yang di lakukan apakah sudah mendapat positif dari konsumen dan selalu menerima masukan yang di berikan oleh konsumen lalu mengimplementasikan masukan yang di berikan agar kualitas dari produk dan pelayanan yang di lakuakn dapat meningkat menjadi lebih baik lagi.

b. Toko Sayuran Siti

Berdasarkan dari pembahasan yang telah ada dapat diketahui Toko Siti tersebut tidak mempunyai karyawan dan diketahui juga sebagai pemilik toko sudah dapat menyediakan pelayanan yang baik kepada para konsumen sesuai dengan penerapan etika bisnis Islam. Akan tetapi masih dirasa kurang karena masih belum bisa menerapkan semua prinsip etika bisnis Islam yang ada, seperti halnya saat melaksanakan prinsip-prinsip ketuhanan / tauhid. Pemilik toko masih sering kali menunda waktu untuk menjalankan sholat. Bahkan sang pemilik toko hanya menggunakan waktu untuk bersantai hanya untuk menjaga toko saja yang di mana seharusnya jika ada waktu senggang maka pemilik toko harus menyegerakan untuk pergi sholat. Selanjutnya terkait prinsip keseimbangan/keadilan, sang pemilik toko selalu menerapkan sikap adil kepada konsumen yang datang ke tokonya. Pada saat melayani konsumen juga bersikap baik dan ramah. Pada proses pembayaran atau pun transaksi pemilik toko tidak pernah menaikkan harga produknya dan menjualnya sesuai harga yang telah ditentukan di awal. Tidak pernah menunjukkan sikap membedakan antara konsumen yang datang ke tokonya, semua konsumen diberikan porsi pelayanan yang sama. Karena pada prinsip-prinsip keadilan itu harus di junjung tinggi dan juga di tanamkan dalam jiwa agar bisa bersikap adil terhadap semua orang. Namun tidak heran juga bahwa sang pemilik toko pernah bersikap tidak adil kepada setiap konsumen yang datang ke toko, seperti kurangnya sikap ramah dari sang pemilik toko kepada konsumennya pada saat membeli produk. Oleh sebab itu prinsip

keadilan adalah kunci utama yang dapat mempengaruhi kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan terhadap konsumen.

Lalu prinsip yang sudah bisa terpenuhi di Toko Siti ini yakni prinsip-prinsip kehendak bebas. Yang mana sang pemilik toko telah memberikan kebebasan kepada para konsumen untuk memilih masing-masing produk yang di pelukan konsumen yang tersedia di toko. Begitu pula terkait penerasan prinsip tanggung jawab, sang pemilik juga bersedia bertanggung jawab jika ada produknya yang berkualitas buruk agar tidak merugikan konsumen, biasanya sang pemilik toko mengecek terlebih dahulu produk yang akan di jualnya sehingga produk yang kualitasnya buruk akan di singkirkan oleh pemilik toko sedangkan produk dengan kualitas yang baik siap di jual kepada para konsumen agar mendapatkan kualitas terbaik.

E. Simpulan dan Saran

1. Kualitas yang dilakukan oleh Toko Dinda dari segi pelayanan pada bukti fisik letak Toko berada di daerah yang strategis, bersih, tata Kelola ruangan yang teratur dan pakaian yang digunakan oleh karyawan di nilai cukup rapih sehingga kesan yang timbul kepada konsumen adalah kesan yang positif. Dari segi mobilitas pelayanan di nialai cukup lambat apalagi jika toko dalam keadaan ramai pembeli maka waktu yang di butuhkan saat antri untuk membayar produk bisa mencapai 5-15 menit. Dari segi ketanggapan, karyawan menerima permintaan yang di layangkan oleh konsumen dengan respon yang cepat dan baik, misalnya jika ada konsumen yang meminta diskon harga barang maka akan di berikan jika konsumen melakukan

transaksi barang dengan jumlah nominal uang yang besar. Dari segi keyakinan karyawan di haruskan untuk selalu bersikap ramah dan sopan terhadap konsumen. Dari segi kepedulian karyawan menerima permintaan dari oleh konsumen dengan memberikan respon baik, misalnya saat ada konsumen yang meminta bantuan kepada karyawan jika kesulitan membawa barang belanjanya ke kendaraan maka karyawan harus sigap membantu konsumen tersebut. Maka dengan begitu dapat meningkatkan kualitas pelayanan kepada konsumen yang ada pada toko Dinda menjadi poin sempurna sebesar 100% dalam kualitas pelayanan transaksional, 70 % untuk kualitas pelayanan refrensial, dan 0% untuk minat preferensial.

Sedangkan kualitas pelayanan yang ada pada Toko Sayuran siti yang pada bukti tidak terdapat penyediaan fasilitas fisik apapun. Sang pemilik toko pun di nilai kurang memperhatikan penampilannya sehingga di nilai kurang menarik dan kurang rapih. Terkait kehandalan di nilai cukup sigap dan cepat dalam melayani konsumen karena hanya membutuhkan waktu 1-2 menit saja. Lalu segi ketanggapan, sang pemilik toko bersedia membantu konsumen yang kesulitan dalam membawa barang belanjanya ke kendaraan konsumen. lalu pada aspek keyakinan, sang pemilik toko bersikap bersikap ramah dan baik meski kadang juga sering menunjukan sikap yang cuek dan kurang baik kepada konsumen. Pada empathy, sang pemilik toko kurang memiliki empati yang penuh misalnya, pada saat konsumen menunggu pesanan barannya di ambikan oleh sang pemilik toko tidak ada tempat duduk bagi konsumen sambil menunggu barang yang di pesan di ambikan. Namun pada hal kualitas pelayanan yang di berikan oleh Toko Siti terkait kualitas

pelayanan transaksional sebanyak 100%, kualitas pelayanan refrensial 60%, dan untuk kualitas pelayanan preferensial 0%.

2. Kualitas pelayanan ditinjau dari perspektif Etika Bisnis Islam pada Toko sayuran Dinda di nilai sudah masuk dalam prinsip keseimbangan/keadilan (karyawan di toko tersebut bersikap ramah, sopan dan tidak membedakan perlakuannya kepada konsumen), kehendak bebas (memberi kebebasan kepada konsumen dalam hal memilih produk yang di jual di toko tersebut sesuai dengan apa yang mereka butuhkan), tanggung jawab (mengakui kesalahan jika nanti barang atau produk yang telah di pesan oleh konsumen menalami kerusakan, maka pihak toko akan bertanggung jawab dengan mengganti barang yang rusak tersebut dengan barang yang kualitasnya baik) dan ihsan (karyawan melakukan sikap ramah kepada para konsumen, seperti senyum dan menyapa konsumen dan juga karyawan siap mengantarkan barang pesanan konsumn secara online dengan pemesanan via whatsapp tanpa biaya tambahan selama lokasi konsumen masih berada di sekitaran toko). Akan tetapi terdapat satu prinsip yang rasanya masih belum sesuai yaitu prinsip kesatuan/tauhid (karyawan seringkali lalai dalam melaksanakan sholat padahal pemilik toko sudah memberikan waktu untuk sholat akan tetapi waktu tersebut di gunakan untuk bersantai).

Sedangkan yang terjadi pada Toko Siti mempunyai prinsip kehendak bebas, konsumen di berikan kebebasan dalam mengambil barang yang ada di toko tersebut sesuai keinginan konsumen. Tanggung jawab sang pemilik toko adalah menerima dan bertanggung jawab penuh jika ada keluhan dari konsumen terkait dengan produk maupun kualitas pelayanan. Pada prinsip ihsan sang

pemilik toko berhasil dalam melayani konsumen dengan ramah, cepat, dan baik. Namun ada prinsip yang masih belum bisa sesuai yaitu keseimbangan/keadilan, sang pemilik toko terkadang masih tidak adil kepada para konsumennya. selanjutnya pada prinsip kesatuan/tauhid, sang pemilik toko belum bisa melaksanakan ibadah sholat dengan tepat waktu.

Daftar Pustaka

- Dr. Farida Nugrahani, M.Hum. 2008. “Dalam Penelitian Pendidikan Bahasa.” 信阳师范学院 1(1): 305. <http://e-journal.usd.ac.id/index.php/LLT%0Ahttp://jurnal.untan.ac.id/index.php/jpdpb/article/viewFile/11345/10753%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.04.758%0Awww.iosrjournals.org>.
- Faradannisa, Melina, and Agus Supriyanto. 2022. “Kepuasan Pelanggan Ditinjau Dari Store Atmosphere, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Etika Bisnis Islam.” *Tawazun: Jurnal Ekonomi Syariah* 2(1): 76–94.
- Haryanti, Nine, and Trisna Wijaya. 2019. “Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Di Pd Pasar Tradisional Pancasila Tasikmalaya.” *Jurnal Ekonomi Syariah* 4(2): 122–29.
- Khakim, Lukman, Azis Fathoni, Maria M Minarsih. 2015. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Variabel Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Pizza Hut Cabang Simpang Lima.” *Journal of Management*, Vol 1 No.
- Marzuqi, Ahmad Yusuf, and Achmad Badarudin Latif. 2010. “Manajemen Laba Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam.” *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis* 7(1): 1–22.
- Nurhadi, Nurhadi. 2020. “Konsep Pelayanan Perspektif Ekonomi Syariah.” *EkBis: Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 2(2): 137.
- Rijali, Ahmad. 2019. “Analisis Data Kualitatif.” *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah* 17(33): 81.
- Riyani, Dessy, Irena Larashat, and Dudung Juhana. 2021. “Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.” *Majalah Bisnis & IPTEK* 14(2): 94–101.
- Sriutami, D, M Orinaldi, and ... 2023. “Pengaruh Kompetensi Karyawan, Etika Bisnis Islam Terhadap Kualitas Pelayanan Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Kecamatan Rimbo Bujang Kab. Tebo Provinsi” *Journal of Student ...* 1(5): 500–521. <https://ejurnal.stie-trianandra.ac.id/index.php/jsr/article/view/1786%0Ahttps://ejurnal.stie-trianandra.ac.id/index.php/jsr/article/download/1786/1368>.
- Susanto, Dedi, Risnita, and M. Syahrani Jailani. 2023. “Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Penelitian Ilmiah.” *Jurnal QOSIM: Jurnal Pendidikan, Sosial & Humaniora* 1(1): 53–61.

Wati, Destiya, Suyudi Arif, and Abrista Devi. 2021. "Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online Di Humaira Shop." *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 3(1): 141–54.