

# **SKRIPSI**

**KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PELAYANAN ANGKUTAN  
UMUM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM  
(Studi Kasus pada Perusahaan Umum Djawatan Angkutan Motor  
Republik Indonesia (DAMRI) Cabang Metro)**

**Disusun Oleh :**

**NURJANAH  
NPM. 13103734**



**Jurusan : Ekonomi Syari'ah (ESY)  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
METRO LAMPUNG  
1439 H/ 2018 M**

# **SKRIPSI**

## **KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PELAYANAN ANGKUTAN UMUM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Kasus pada Perusahaan Umum Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) Cabang Metro)**

**Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagian Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)**

**Oleh**

**NURJANAH**

**NPM. 13103734**

**Jurusan : Ekonomi Syari'ah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam**

**Pembimbing I : Dr. Suhairi, S.Ag., M.H  
Pembimbing II : Nizaruddin, S.Ag., M.H**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
METRO LAMPUNG  
1439 H/2018 M**

## **ABSTRAK**

### **KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PELAYANAN ANGKUTAN UMUM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Kasus pada Perusahaan Umum Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) Cabang Metro)**

**Oleh:  
Nurjanah**

Pertanyaan dalam penelitian ini adalah “Bagaimanakah kepuasan konsumen terhadap pelayanan angkutan umum Bus Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) menurut etika bisnis Islam?”. Sedangkan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui kepuasan konsumen terhadap pelayanan angkutan umum perspektif etika bisnis Islam di Perum Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) Metro. Manfaat penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah keilmuan di bidang kualitas pelayanan dalam memberikan kepuasan konsumen. Secara praktis penelitian ini diharapkan menjadi masukan bagi pengelola layanan jasa transportasi umum khususnya perum DAMRI.

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dan jenis penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan wawancara, dan observasi. Metode wawancara dipergunakan untuk mendapatkan informasi yang konkrit mengenai kepuasan konsumen terhadap pelayanan angkutan umum menurut perspektif etika bisnis Islam.

Dari pembahasan dan analisa diketahui bahwa pelayanan yang dilakukan oleh pihak Bus Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) dari bagian petugas loket, supir dan kondektur sudah sesuai dengan etika bisnis Islam. Konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak Bus Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI). Petugas loket dalam memberikan pelayanan mempunyai tanggungjawab yang sangat baik, dari pihak supir dan kondektur juga sudah bertanggungjawab terhadap keselamatan, kenyamanan dan keamanan kepada semua konsumen.

NOTA DINAS

Nomor :  
Lampiran : 1 (satu) berkas  
Prihal : Pengajuan Skripsi Penelitian

Kepada Yth  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
IAIN Metro  
Di –  
Tempat

*Assalamu'alaikum Wr.Wb*


Setelah kami adakan pemeriksaan dan bimbingan seperlunya maka Skripsi penelitian yang disusun oleh :

Nama : **Nurjanah**  
NPM : 13103734  
Jurusan : Syari'ah dan Ekonomi Islam  
Program Studi : Ekonomi Syari'ah (Esy)  
Yang Berjudul : **KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PELAYANAN ANGKUTAN UMUM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Kasus pada Perusahaan Umum Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) Cabang Metro)**

Sudah kami setuju dan dapat diajukan keFakultas untuk dimunaqosyahkan. Demikian harapan kami dan atas penerimanya, kami ucapkan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb*

Pembimbing I

  
**Dr. Suhairi, S.Ag., MH**  
NIP. 196721001 199903 1 003

Metro, Juli 2018

Pembimbing II

  
**Nizaruddin, S.Ag., M.H**  
NIP. 19740302 199903 1 001

## PERSETUJUAN

Judul Skripsi : KEMERLUASAN KONSUMEN TERHADAP  
PELAYANAN ANGKUTAN UMUM  
PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (Studi  
Kasus pada Perusahaan Umum Djawatan  
Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI)  
Cabang Metro)

Nama : **Nurjanah**

NPM : 13103734

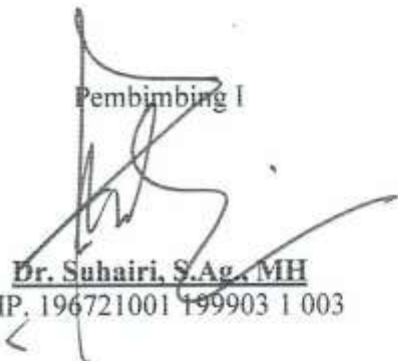
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi Syari'ah (Esy)

## MENYETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dalam sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Islam IAIN Metro.

Pembimbing I

  
**Dr. Suhairi, S.Ag., MH**  
NIP. 196721001 199903 1 003

Metro, Juli 2018  
Pembimbing II

  
**Nizaruddin, S.Ag., M.H**  
NIP. 19740302 199903 1 001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0720) 41507; Faksimil: (0720) 47296;  
Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

**PENGESAHAN SKRIPSI**

No. 1707/In-28.5/0/PP.009/07/2018

Skripsi dengan Judul: KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PELAYANAN ANGKUTAN UMUM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Kasus Pada Perusahaan Umum Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) Cabang Metro), disusun Oleh: Nurjanah, NPM: 13103734, Jurusan: S I Ekonomi Syariah, telah diujikan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas: Ekonomi dan Bisnis Islam pada Hari/Tanggal: Jumat/06 Juli 2018

**TIM PENGUJI MUNAQSYAH:**

Ketua/Moderator : Dr. Suhairi, S.Ag, MH

Penguji I : Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum

Penguji II : Nizaruddin, S.Ag, MH.

Sekretaris : Titut Sudiono.M.E.Sy



Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum  
NIP. 19720923 200003 2 002

## ORISINILITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **Nurjanah**

NPM : 13103734

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi Syari'ah (Esy)

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah asli prestasi penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang di rujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, Juli 2018  
Yang Menyatakan



**Nurjanah**  
NPM. 13103734

## MOTTO

وَأَبْتِغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ ۖ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا ۖ وَأَحْسِنَ  
كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ ۖ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ ۖ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ



*Artinya : “Dan carilah pada apa yang Telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah Telah berbuat baik, kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan. (QS. Al-qashash:77).<sup>1</sup>*

---

<sup>1</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: CV. Diponegoro, 2012), h. 143



## **PERSEMBAHAN**

Alhamdulillah, wasyukrillah, terima kasih ya Allah, atas segala kemurahan dan kemudahan yang Engkau berikan kepada peneliti. Akhirnya penulis dapat menyelesaikan karya kecil ini. Dengan ketulusan dan kebanggaan, karya ini ku persembahkan kepada :

1. Kedua orangtua ku, Ayahanda Wahidun (Alm) dan Ibunda Siti Hawa, A.ma tercinta yang telah memberikan kasih sayang, dorongan moriil maupun imateriil, do'a tulus yang tiada henti-hentinya dan segalanya yang tak mungkin dapat dibalas oleh peneliti, yang selalu menjadi pengobar semangat bagi peneliti dalam menyelesaikan studi ini, yang selalu menjadi "GURU" terbaik dalam hidup peneliti. Semoga ada surga yang kelak menjadi balasan bagi kasih sayang, cinta dan pengorbanan Bapak dan Ibu. Amin.
2. Suamiku tercinta (Muhammad Qosim, A.Md) yang selalu memberikan motivasi kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi
3. kakak-kakakku (Rita Lestari, S.Pd.I, Maryana Septiana, S.Pd.I) dan adik-adikku (Erwin Saleh Saputra, Fauli Rahmi)
4. Teman-teman Jurusan Ekonomi Islam angkatan 2013, terimakasih atas semua bantuannya dan telah memberikan semangat kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Almamater Institut Agama Islam (IAIN) Metro

## **KATA PENGANTAR**

Alhamdulillah peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan Pendidikan Program Strata Satu (S1) Jurusan Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro guna memperoleh gelar S.E.

Dalam upaya penyelesaian skripsi ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya peneliti mengucapkan terimakasih kepada :

1. Ibu Prof. Dr. Enizar, M.A, selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro
2. Bapak Drs. H. M. Saleh, M.A, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Bisnis Islam IAIN Metro
3. Ibu Rina Elmaza, S.H.I., M.S.I, selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syari'ah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro
4. Bapak Dr. Suhairi, S.Ag., MH, selaku pembimbing I yang telah memberi bimbingan yang sangat berharga.
5. Bapak Nizaruddin, S.Ag.,M.H, selaku pembimbing II yang telah mengarahkan dan memberikan motivasi.
6. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada Bapak dan Ibu Dosen / Karyawan IAIN Metro yang telah menyediakan waktu dan fasilitas dalam rangka pengumpulan data.

Kritik dan saran demi perbaikan skripsi ini sangat diharapkan dan akan diterima dengan kelapangan dada.

Metro, Juli 2018  
Peneliti

**Nurjanah**  
NPM. 13103734

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN ABSTRAK .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
HALAMAN ORISINILITAS PENELITIAN .....	v
HALAMAN MOTTO .....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vii
HALAMAN KATA PENGANTAR .....	viii
HALAMAN DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
<b>BAB I     PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Pertanyaan Penelitian .....	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	7
D. Penelitian Relevan .....	8
<b>BAB II    LANDASAN TEORI</b>	
A. Kepuasan Konsumen .....	11
1. Pengertian Kepuasan Konsumen .....	11
2. Faktor-faktor Kepuasan Konsumen. ....	13
3. Mengukur Kepuasan Konsumen .....	15
B. Pelayanan Konsumen .....	18
1. Pengertian Pelayanan Konsumen .....	18
2. Faktor Pendukung Pelayanan .....	20
3. Penyusunan Rancangan Standar Pelayanan .....	23
C. Etika Bisnis Islam .....	29
1. Pengertian Etika Bisnis Islam .....	29

2. Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam .....	30
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis dan Sifat Penelitian .....	38
B. Sumber Data .....	39
C. Teknik Pengumpul Data .....	40
D. Teknik Analisis Data .....	42
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN</b>	
A. Deskripsi Data .....	46
1. Sejarah Singkat Perusahaan Umum Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) Cabang Metro.....	46
2. Visi dan Misi Perusahaan Umum Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) Cabang Metro.....	47
3. Struktur Organisasi Perusahaan Umum Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) Cabang Metro.....	48
B. Pelayanan konsumen Perusahaan Umum Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) Cabang Metro .....	49
C. Kepuasan konsumen terhadap pelayanan Perusahaan Umum Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) Cabang Metro dalam tinjauan etika bisnis Islam .....	62
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	73
B. Saran.....	74
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	

## **DAFTAR LAMPIRAN**

1. SK Bimbingan Skripsi
2. Surat Izin Pra Research
3. Out Line
4. Surat Izin Research
5. Surat Tugas Research
6. Surat Balasan Research
7. APD (Alat Pengumpulan Data)
8. Kartu Konsultasi Bimbingan Skripsi
9. Surat Keterangan Bebas Pustaka
10. Riwayat Hidup

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan perekonomian yang semakin pesat dan berkembangnya perekonomian menuju arah globalisasi. Transportasi menjadi salah satu pengaruh yang sangat besar menuntut sebagian masyarakat melakukan mobilitas yang sangat tinggi, sehingga masyarakat akan semakin jeli menentukan pilihannya. Banyak perusahaan transportasi yang menawarkan dan berusaha merebut minat konsumen untuk menggunakan produk dan atau jasa yang ditawarkan dari sebuah perusahaan transportasi. Kepuasan kosumen akan tercapai apabila kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan sesuai dengan keinginan konsumen.

Pelayanan adalah setiap tindakan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak lain dan pada dasarnya bersifat *intangibile* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan.<sup>2</sup> Pelayanan (*service*) adalah aktivitas atau manfaat yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Produksinya mungkin terikat atau tidak pada produk fisik.<sup>3</sup> Pelayanan merupakan sarana untuk mengidentifikasi dan memenuhi *superior need*. Atau dengan kata lain layanan konsumen dapat menjadi pusat keuntungan perusahaan. Proses pemberian bantuan yang diberikan kepada seseorang agar

---

<sup>2</sup> Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2000), h. 6.

<sup>3</sup> Philip Kotler, *Dasar-Dasar Pemasaran*, (Jakarta: Prenhallindo, 2005), h. 467

orang tersebut memperoleh sesuatu yang diinginkannya (menolong menyediakan segala yang diperlukan orang lain).<sup>4</sup>

Konsumen cenderung memperhatikan unsur-unsur pelayanan yang dirasakannya, sebagai konsekuensinya setiap usaha penyedia layanan jasa juga perlu memperhatikan unsur kualitas layanan yang diberikan sehingga mampu memenuhi tuntutan pelanggan. Di dalam memberikan jasa pelayanan kepada pelanggan terdapat lima kriteria penentu kualitas pelayanan, yaitu keandalan, ketanggapan, keyakinan, empati, dan berwujud.<sup>5</sup>

Pelayanan yang bermutu merupakan salah satu cara tepat bagi perusahaan agar dapat bersaing dengan perusahaan yang lainnya. Dengan memberikan pelayanan bermutu, maka diharapkan dapat memenuhi kepuasan konsumen. Tingkat mutu pelayanan tidak dapat dinilai berdasarkan sudut pandang perusahaan, tetapi harus dipandang dari sudut pelanggan. Kepuasan konsumen akan tercapai apabila kualitas produk atau jasa yang diberikan oleh perusahaan sesuai dengan keinginan konsumen. Hal ini disebabkan kualitas jasa sangat tergantung dari siapa dan bagaimana jasa itu diberikan.

Secara umum, kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesan terhadap hasil suatu produk dengan harapan-harapannya.<sup>6</sup> Tjiptono mendefinisikan kepuasan konsumen atau pelanggan sebagai evaluasi secara sadar atau penilaian kognitif menyangkut apakah kinerja produk relatif bagus atau jelek apakah produk

---

<sup>4</sup> W.J.S. Poerwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), h. 573

<sup>5</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Gramedia Pustaka, 2000), h. 440.

<sup>6</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Jasa Di Indonesia, Analisis Perencanaan, Implementasi dan pengendalian*, (Jakarta: Salemba Empat, 2000), h. 50



bersangkutan cocok atau tidak cocok dengan tujuan atau pemakaiannya.<sup>7</sup> Philip Kotler mengatakan bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapan. Kepuasan konsumen sebagai suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa.<sup>8</sup>

Perkembangan zaman yang semakin maju saat ini, menimbulkan pertumbuhan teknologi, bisnis dan sistem perekonomian yang begitu pesat. Saat ini berbagai bisnis jasa banyak dijumpai dalam kehidupan sehari-hari, salah satu contohnya adalah perusahaan jasa transportasi. Transportasi diartikan sebagai pemindahan barang dan manusia dari tempat asal ke tempat tujuan. Proses pengangkutan merupakan gerakan dari tempat asal, dari mana kegiatan angkutan dimulai, ke tempat tujuan, ke mana kegiatan pengangkutan diakhiri.<sup>9</sup>

Jasa transportasi pada saat ini merupakan suatu sarana yang tidak dipisahkan dan dibutuhkan oleh masyarakat pada kehidupan sehari-hari. Umumnya orang memakai kendaraan pribadi atau memakai alternatif lainnya sebagai alat transportasinya untuk mengantarkan mereka ke tempat tujuan. Alat transportasi umumnya adalah untuk memperlancar kegiatan masyarakat untuk beraktivitas. Sedangkan alat transportasi itu dibedakan menjadi tiga yaitu alat transportasi darat, alat transportasi laut, alat transportasi udara.

---

<sup>7</sup> Fandi Tjiptono, *Total Quality Management*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2005), h. 62

<sup>8</sup> Keller, Lane Kevin dan Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Indeks, 2007), h. 102.

<sup>9</sup> M. Nur Nasution, *Manajemen Jasa Terpadu*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2005), h. 15

Setiap perusahaan berusaha memberikan pelayanan yang terbaik dengan fasilitas yang memadai bagi konsumennya agar mereka puas terhadap jasa yang mereka rasakan dan mereka mau menjadi pelanggan. Kualitas pelayanan juga memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan.<sup>10</sup>

Menurut Tjiptono terdapat lima kelompok karakteristik yang digunakan oleh konsumen dalam mengevaluasi ataupun menilai suatu kualitas pelayanan jasa yaitu sebagai berikut: keandalan (*reability*) adalah kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan fungsi yang ditawarkan, ketanggapan atau daya tanggap (*responsiveness*) adalah kesigapan karyawan dalam membantu konsumen dan memberikan pelayanan informasi dengan cepat, jaminan (*assurance*) adalah untuk mengukur kemampuan dan kesopanan karyawan serta sifat yang dapat dipercaya yang dimiliki oleh karyawan, bukti langsung (*tangibles*) yang meliputi penampilan fisik, kebersihan dan kerapian karyawan serta kelengkapan komunikasi, *Empathy* adalah tatacara yang digunakan penyelenggara pelayanan untuk menunjukkan rasa peduli dan perhatian kepada konsumen.<sup>11</sup>

Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) merupakan salah satu alat transportasi umum yang hadir untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, dengan melihat semakin meningkatnya aktivitas masyarakat di wilayah Kota Metro dan sekitarnya seperti para mahasiswa yang memilih berpergian menggunakan bus atau keluarga yang hanya sekedar jalan-jalan.

---

<sup>10</sup> Fandy Tjiptono, *Service Management mewujudkan Layanan Prima*, (Yogyakarta: Andi, 2008), h. 98

<sup>11</sup> *Ibid*, h. 132

Bus Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) ini adalah sebuah upaya Pemerintah Kota Metro untuk meningkatkan pelayanan publik khususnya pada sektor transportasi darat di kawasan perkotaan.

Berdasarkan hasil pra survey dan wawancara dengan sopir Bus Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) pada tanggal 30 Oktober 2017 diperoleh keterangan bahwa dalam memberikan pelayanan kepada penumpang pihak Bus Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) selalu menjaga kebersihan Bus Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI), dalam mengemudikan kendaraan juga berhati-hati karena lebih mementingkan kenyamanan dan keselamatan penumpang.<sup>12</sup> Hal ini diperkuat dengan hasil wawancara kepada kondektur Bus Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI), dari hasil wawancara dengan kondektur diperoleh keterangan bahwa sopir maupun kondektur selalu berusaha memberikan pelayanan yang baik kepada penumpang, seperti berbicara dengan sopan, berpenampilan rapi dan selalu mengingatkan penumpang.<sup>13</sup>

Kemudian peneliti melakukan wawancara dengan penumpang Bus Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) Jurusan Metro Way Jepara, dari hasil wawancara diperoleh keterangan bahwa pelayanan yang diberikan oleh kondektur Bus Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) sudah terbilang baik, dari kondisi fisik Bus Jawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) terlihat bersih, namun Bus Djawatan

---

<sup>12</sup> Wawancara dengan Bapak Tarwir selaku Sopir Bus Damri pada tanggal 30 Oktober 2017

<sup>13</sup> Wawancara dengan Bapak Tarwir selaku Kondektur Bus Damri pada tanggal 30 Oktober 2017

Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) terkadang datang kurang tepat waktu dan sikap kondektur kurang ramah dalam memberikan pelayanan, hal ini terlihat dari cara bicarannya yang terkadang kurang menggunakan bahasa yang lemah lembut. Penumpang jurusan Metro tujuan Way Jepara tidak membeli tiket diloket Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) namun membayar di dalam Bus, dalam menarik ongkos penumpang Jurusan Metro Way Jepara kondektur kurang jujur karena ada penumpang membayar dengan uang lebih tapi pengembaliannya tidak sesuai dengan tarif yang telah ditetapkan.<sup>14</sup>

Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah di atas, penulis tertarik mengajukan sebuah penelitian dengan judul “KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PELAYANAN ANGKUTAN UMUM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Kasus Pada Perum Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) Cabang Metro)”.

## **B. Pertanyaan Penelitian**

Pertanyaan penelitian ini adalah : “Bagaimanakah kepuasan konsumen terhadap pelayanan angkutan umum Bus Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) menurut etika bisnis Islam”?.

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

---

<sup>14</sup> Wawancara dengan Mutmai'nah selaku Penumpang Bus Damri Jurusan Way Jepara pada tanggal 30 Oktober 2017

Setiap kegiatan yang dilakukan tentunya mempunyai tujuan yang ingin dicapai. Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui kepuasan konsumen terhadap pelayanan angkutan umum perspektif etika bisnis Islam di Perum Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) Metro.

## 2. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah:

### a. Secara teoretis

Secara teoretis hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah keilmuan di bidang kualitas pelayanan dalam memberikan kepuasan konsumen.

### b. Secara praktis

Penelitian ini diharapkan menjadi masukan bagi pengelola layanan jasa transportasi umum khususnya perum Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI).

## **D. Penelitian Relevan**

Penelitian relevan adalah “penelitian terdahulu”. Seperti skripsi yang disusun oleh :

1. Penelitian yang dilaksanakan oleh Nur Kholifah tahun 2013 yang berjudul faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen di mini market Jusi Mart Kelurahan Iring Mulyo 15A Metro Timur Tahun 2013. hasil dari penelitian diketahui bahwa produk yang ada di mini market Jusi Mart 15A Iring Mulyo Metro Timur sebagian produk sudah berkualitas, tetapi ada

produk kadaluarsa yang belum diganti, produk yang sudah habis tidak langsung disediakan sampai konsumen datang beberapa kali. Kualitas pelayanan, sebagian konsumen mengatakan pelayanan di mini market Jusi Mart 15A Iring Mulyo Metro Timur sudah memuaskan karena sudah menyediakan tempat penitipan barang dan penjagaan kendaraan. Sedangkan ada sebagian konsumen yang mengatakan pelayanan di mini market Jusi Mart 15A Iring Mulyo Metro Timur belum dirasakan dan belum merasa puas karena pelayanan yang dilakukan kurang ada keramahan, belum ada sapaan ramah, belum adanya nuansa Islami apalagi mini market Jusi Mart di dalam Perguruan Tinggi Islam sebagai identitas diri. Harga, ada sebagian harga yang lebih mahal dari swalayan lain dan ada juga sebagian harga yang lebih murah, serta sebagian produk ada yang tidak ada label harga. Biaya, lokasi mini market Jusi Mart 15A Iring Mulyo Metro Timur sangat strategis di dalam kampus STAIN Jurai Siwo, khususnya bagi mahasiswa STAIN dan pegawai STAIN sehingga tidak mengeluarkan biaya banyak.<sup>15</sup>

2. Dwi Hapsari, 2016, Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Calon Konsumen di Toko Bangunan Pasar Raman Utara Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan termasuk salah satu faktor yang berpengaruh terhadap

---

<sup>15</sup> Nor kholifah, *Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen di Jusi Mart Kelurahan Iring Mulyo15a Metro Timur, prodi Ekonomi Islam, STAIN Jurai Siwo Metro* 2013.

keputusan pembelian calon konsumen hal ini dikarenakan jumlah penjualan dari ketiga toko bangunan masih mengalami kenaikan dan penurunan. Sementara dalam perspektif etika bisnis Islam, masih ada tindakan pelayanan yang kurang mencerminkan tindakan yang sesuai dengan etika bisnis Islam. Ketidak sesuai tersebut terjadi dalam beberapa aspek, aspek yang pertama adalah dalam hal menepati janji, pedagang memberikan janji layanan antar namun pada kenyataannya janji tersebut tidak ditepati sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Aspek kedua adalah keadilan, terjadinya ketidakadilan dalam pelayanan konsumen dan aspek yang ketiga adalah taqwa sebagai umat Islam manusia harus menjalankan kewajiban yaitu beribadah kepada Allah SWT, pada kenyataannya pedagang masih saja asyik dengan pekerjaan ditoko yaitu melayani konsumen padahal telah masuk waktu sholat. Setiap toko memang ingin memberi pelayanan yang paling berkualitas, karena keinginan tersebut para pedagang malah banyak yang melanggar etika bisnis islam.<sup>16</sup>

3. Tria Damaiyanti, 2016, Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Perusahaan Studi pada *Guest Experince Survey Pizza Hut Lotus Lampung*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa kepuasan konsumen terhadap pelayanan perusahaan dalam pengisian *guest experience survey*, terdapat konsumen yang puas

---

<sup>16</sup> Dwi Hapsari, *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Calon Konsumen di Toko Bangunan Pasar Raman Utara Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam*, Prodi Ekonomi Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, 2016

dan konsumen yang tidak puas, kedua perilaku tersebut dapat dilihat melalui tiga faktor yaitu perilaku konsumen, yaitu faktor stimulus, faktor respon dan faktor intervening selain itu juga perilaku konsumen dapat terlihat dari perilaku konsumen rasional maupun perilaku konsumen irasional sehingga dapat terlihat antara konsumen yang puas dan konsumen tidak puas.<sup>17</sup>

Berdasarkan penelitian-penelitian sebelumnya, terdapat persamaan dan perbedaan dengan skripsi yang penulis garap. Adapun persamaan skripsi ini dengan skripsi-skripsi sebelumnya adalah sama-sama meneliti tentang kepuasan konsumen, yang membedakan skripsi ini dengan skripsi-skripsi sebelumnya adalah pada skripsi-skripsi sebelumnya meneliti masalah manajemen penjualan. Sedangkan pada skripsi yang akan penulis garap lebih menekankan pada pelayanan jasa transportasi umum.

---

<sup>17</sup> Tria Damaiyanti, *Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Perusahaan Studi pada Guest Experince Survey Pizza Hut Lotus Lampung., Prodi Ekonomi Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, 2016*



## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **B. Kepuasan Konsumen**

##### **2. Pengertian Kepuasan Konsumen**

Kepuasan konsumen telah menjadi konsep sentral dalam wacana bisnis dan manajemen. Konsumen merupakan fokus utama dalam pembahasan mengenai kepuasan dan kualitas jasa. Oleh karena itu, konsumen memegang peranan cukup penting dalam mengukur kepuasan terhadap produk maupun pelayanan yang diberikan perusahaan. Kotler mendefinisikan kepuasan konsumen : Perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan, konsumen tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan konsumen puas. Jika kinerja melebihi harapan, konsumen amat puas atau senang.<sup>18</sup>

Berdasarkan pendapat di atas dapat dipahami bahwa kepuasan konsumen yang ditinjau dari sisi konsumen yaitu mengenai apa yang telah dirasakan konsumen atas pelayanan yang telah diberikan dibandingkan dengan apa yang mereka inginkan.

Kemudian menurut pendapat Rangkuti kepuasan konsumen sebagai respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah

---

<sup>18</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Indeks, 2007), h. 177

pemakaian. Salah satu faktor yang menentukan kepuasan konsumen adalah persepsi konsumen mengenai mutu jasa yang berfokus pada lima dimensi jasa, yaitu *responsiveness*, *reliability*, *emphaty*, *assurance* dan *tangible*. Kepuasan konsumen selain dipengaruhi oleh persepsi mutu jasa, juga ditentukan oleh mutu produk, harga dan faktor-faktor yang bersifat pribadi, serta yang bersifat situasi sesaat.<sup>19</sup>

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan, konsumen tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan konsumen puas. Jika kinerja melebihi harapan, konsumen amat puas atau senang.<sup>20</sup>

Untuk menghadapi persaingan dan perubahan perilaku konsumen tersebut maka banyak perusahaan yang berpusat pada pelangganlah yang dapat memberikan nilai *Superior* kepada mereka, dan memenangkan persaingan. Perusahaan akan terus berusaha dengan sekuat tenaga untuk mempertahankan pelanggannya karena biaya yang dikeluarkan untuk menarik konsumen baru akan lebih tinggi dibandingkan biaya untuk mempertahankan konsumen yang ada. Oleh karena itu, mempertahankan konsumen selalu lebih penting dilakukan dibandingkan dengan menarik konsumen baru. Kunci untuk mempertahankan konsumen adalah dengan

---

<sup>19</sup> Rangkuti, *Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2003), h. 62

<sup>20</sup> Donni Juni Priansa, *Prilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, (Bandung: Alfabeta, 2017), h. 196-197

memberikan kepuasan konsumen yang tinggi. Konsumen yang merasa puas akan bersedia datang kembali mengulangi pembeliannya dan merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli.<sup>21</sup>

Berdasarkan kutipan di atas dapat dipahami bahwa konsumen akan merasa puas bila keinginan konsumen telah terpenuhi oleh perusahaan sesuai dengan yang diharapkan. Dengan adanya nilai tambah dari suatu produk, maka konsumen menjadi lebih puas dan kemungkinan untuk menjadi konsumen suatu produk tersebut dalam waktu lama akan sangat besar. Kepuasan konsumen dapat dipengaruhi oleh berbagai macam faktor, antara lain kualitas produk, pelayanan, aktivitas penjualan, dan nilai-nilai perusahaan.

### **3. Faktor-faktor Kepuasan Konsumen.**

Perhatian terhadap kepuasan maupun ketidakpuasan konsumen telah semakin besar karena pada dasarnya tujuan dari suatu perusahaan adalah untuk menciptakan rasa puas pada konsumen. Semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen, maka akan mendatangkan keuntungan yang semakin besar bagi perusahaan, karena konsumen akan melakukan pembelian ulang terhadap produk perusahaan. Namun, apabila tingkat kepuasan yang dirasakan konsumen kecil, maka terdapat kemungkinan bahwa konsumen tersebut akan pindah ke produk pesaing.

Menurut Kotler, “kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan

---

<sup>21</sup> *Ibid*, h. 68

dengan harapannya”.<sup>22</sup> Sedangkan Lupiyoado “kepuasan atau ketidakpuasan konsumen adalah respon konsumen terhadap evaluasi ketidaksesuaian (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya”.<sup>23</sup>

Kepuasan konsumen terhadap suatu produk ataupun jasa, sebenarnya sesuatu yang sulit untuk didapat jika perusahaan jasa atau industri tersebut tidak benar-benar mengerti apa yang diharapkan oleh konsumen. Untuk produk atau layanan dengan kualitas yang sama, dapat memberikan tingkat kepuasan yang berbeda-beda bagi konsumen yang berbeda. Oleh karena itu, suatu perusahaan harus selalu memperhatikan kualitas produk maupun pelayanan yang diberikan kepada konsumen.

Kepuasan konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu :

- a. Mutu produk atau jasa  
Yaitu mengenai mutu produk atau jasa yang lebih bermutu dilihat dari fisiknya.
- b. Mutu pelayanan  
Berbagai jenis pelayanan akan selalu dikritik oleh konsumen, tetapi bila pelayanan memenuhi harapan konsumen maka secara tidak langsung pelayanan dikatakan bermutu.
- c. Harga  
Harga adalah hal yang paling sensitif untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Konsumen akan cenderung memilih produk atau jasa yang memberikan penawaran harga lebih rendah dari yang lain.
- d. Waktu penyerahan  
Maksudnya bahwa baik pendistribusian maupun penyerahan produk atau jasa dari perusahaan bisa tepat waktu dan sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati.

---

<sup>22</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Jasa Di Indonesia, Analisis Perencanaan, Implementasi dan pengendalian*, (Jakarta: Salemba Empat, 2000), h. 52

<sup>23</sup> Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa : Teori dan Pratek*, (Jakarta: PT. Salemba Empat, 2004), h. 349

e. Keamanan

Konsumen akan merasa puas bila produk atau jasa yang digunakan ada jaminan keamanannya yang tidak membahayakan konsumen tersebut.<sup>24</sup>

Dari berbagai pendapat di atas dapat peneliti pahami bahwa kepuasan konsumen adalah respon dari perilaku yang ditunjukkan oleh konsumen dengan membandingkan antara kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapan. Apabila hasil yang dirasakan dibawah harapan, maka konsumen akan kecewa, kurang puas bahkan tidak puas, namun sebaliknya bila sesuai dengan harapan, konsumen akan puas dan bila kinerja melebihi harapan, konsumen akan sangat puas.

#### 4. Mengukur Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan respons konsumen terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian. Kepuasan konsumen dipengaruhi oleh persepsi kualitas jasa, kualitas produk, harga dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat.

Menurut Kotler ada empat metode yang bisa digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen, yaitu :

a. Sistem keluhan dan saran

Perusahaan yang memberikan kesempatan penuh bagi pelanggannya untuk menyampaikan pendapat atau bahkan keluhan merupakan perusahaan yang berorientasi pada konsumen (*costumer oriented*).

b. Survei kepuasan pelanggan

---

<sup>24</sup> Asep M.Ramdan, 2017 Juni 22. "Hubungan Kualitas Jasa dan kepuasan Konsumen". (<http://asep-m-ramdan.blogspot.com>)

Sesekali perusahaan perlu melakukan survei kepuasan konsumen terhadap kualitas jasa atau produk perusahaan tersebut. Survei ini dapat dilakukan dengan penyebaran kuesioner oleh karyawan perusahaan kepada para konsumen. Melalui survei tersebut, perusahaan dapat mengetahui kekurangan dan kelebihan produk atau jasa perusahaan tersebut, sehingga perusahaan dapat melakukan perbaikan pada hal yang dianggap kurang oleh pelanggan.

c. Ghost Shopping

Metode ini dilaksanakan dengan mempekerjakan beberapa orang perusahaan (*ghost shopper*) untuk bersikap sebagai konsumen di perusahaan pesaing, dengan tujuan para *ghost shopper* tersebut dapat mengetahui kualitas pelayanan perusahaan pesaing sehingga dapat dijadikan sebagai koreksi terhadap kualitas pelayanan perusahaan itu sendiri.

d. Analisa konsumen yang hilang

Metode ini dilakukan perusahaan dengan cara menghubungi kembali pelanggannya yang telah lama tidak berkunjung atau melakukan pembelian lagi di perusahaan tersebut karena telah berpindah ke perusahaan pesaing.<sup>25</sup>

Selain itu, perusahaan dapat menanyakan sebab-sebab berpindahnya konsumen ke perusahaan pesaing. Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya adalah hubungan antara perusahaan dan konsumen jadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas konsumen dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan, reputasi perusahaan menjadi baik dimata konsumen, dan laba yang diperoleh menjadi meningkat.

Kemudian Menurut Tjiptono ada empat metode untuk mengukur kepuasan konsumen, yaitu :

a. Sistem Keluhan dan Saran

Industri yang berwawasan konsumen akan menyediakan formulir bagi konsumen untuk melaporkan kesukaan dan

---

<sup>25</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran.*, h. 41

keluhannya. Selain itu dapat berupa kotak saran dan telepon pengaduan bagi konsumen. Alur informasi ini memberikan banyak gagasan baik dan industri dapat bergerak lebih cepat untuk menyelesaikan masalah.

b. Survei Kepuasan Konsumen

Industri tidak dapat menggunakan tingkat keluhan sebagai ukuran kepuasan konsumen. Industri yang responsive mengukur kepuasan konsumen dengan mengadakan survei berkala, yaitu dengan mengirimkan daftar pertanyaan atau menelpon secara acak dari konsumen untuk mengetahui perasaan mereka terhadap berbagai kinerja industri. Selain itu ditanyakan tentang kinerja industri saingannya.

c. *Ghost Shopping* (Konsumen Bayangan)

Konsumen bayangan adalah menyuruh orang berpura-pura menjadi konsumen dan melaporkan titik-titik kuat maupun titik-titik lemah yang dialami waktu membeli produk dari industri sendiri maupun industri saingannya. Selain itu konsumen bayangan melaporkan apakah wiraniaga tersebut menanganinya dengan baik atau tidak.

d. Analisa Konsumen yang Beralih

Industri dapat menghubungi konsumen yang tidak membeli lagi atau berganti pemasok untuk mengetahui penyebabnya (apakah harganya tinggi, pelayanan kurang baik, produknya kurang dapat diandalkan dan seterusnya, sehingga dapat diketahui tingkat kehilangan pelanggan).<sup>26</sup>

Berdasarkan kutipan di atas dapat dipahami bahwa untuk mengetahui kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan adalah dengan menerima keluhan dari konsumen, mengadakan survei terhadap konsumen dan kemudian dapat dipelajari dari pindahnya konsumen ataupun konsumen ke pihak perusahaan lain.

## C. Pelayanan Konsumen

### 1. Pengertian Pelayanan Konsumen

Dalam kamus besar Bahasa Indonesia, pelayanan diartikan sebagai kemudahan yang diberikan sehubungan dengan jual beli barang atau

---

<sup>26</sup> Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2008), h. 35-36

jasa.<sup>27</sup> Tentang pengertian pelayanan para ahli mengemukakan pendapatnya yang berbeda-beda satu sama lain. Menurut Moenir, pelayanan sebagai proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain yang langsung.<sup>28</sup> Dengan kata lain dapat dikatakan bahwa pelayanan merupakan tindakan yang dilakukan orang lain agar masing-masing memperoleh keuntungan yang diharapkan dan mendapatkan kepuasan.

Kemudia menurut *Philip Kotler*, pelayanan dapat diartikan sebagai suatu aktivitas yang bermanfaat atau yang diberikan oleh satu atau beberapa pihak kepada pihak lain untuk dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan yang pada dasarnya bersifat berwujud dan tidak akan menimbulkan kepemilikan apapun kepada yang menerimanya.<sup>29</sup>

Menurut Tjiptono pelayanan adalah: tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan konsumen. Apabila pelayanan yang diterima sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, jika pelayanan diterima melampaui harapan konsumen maka kualitas yang ideal. Sebaliknya, jika pelayanan yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan konsumen, maka kualitasnya dipersepsikan buruk. Dengan demikian kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan pemilik jasa dalam memenuhi harapan konsumen secara konsisten namun dinamis

---

<sup>27</sup> Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2002), h. 446.

<sup>28</sup> Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), h. 17.

<sup>29</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasara : Analisis, perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*, (Jakarta: Salemba Empat, 2000), h. 446



dengan mengikuti kebutuhan konsumen.<sup>30</sup> Sedangkan menurut Rahmayanty pelayanan adalah standar kualitas yang tinggi dan selalu mengikuti perkembangan kebutuhan pelanggan setiap saat, secara konsisten dan akurat (handal).<sup>31</sup>

Menurut pendapat Winarsih pelayanan adalah suatu aktivitas serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen / pelanggan.<sup>32</sup>

Berdasarkan kutipan-kutipan di atas dapat dipahami bahwa pelayanan merupakan suatu aktifitas yang bermanfaat yang diberikan kepada pihak lain dengan tujuan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen. Pelayanan ini dilakukan mengikuti perkembangan kebutuhan pelanggan pada setiap saat dan dilakukan secara konsisten dengan mengedepankan pelayanan yang sebaik-baiknya.

## **2. Faktor Pendukung Pelayanan**

Dalam pelayanan terdapat beberapa faktor pendukung yang penting diantaranya :

- a. **Bukti Langsung (*Tangibles*)**  
Bukti langsung meliputi penampakan dari fasilitas, gedung, peralatan dan penampilan dari karyawan perusahaan. Sebuah

---

<sup>30</sup> Fandy Tjiptono, *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2000), h. 59

<sup>31</sup> Nina Rahmayanty, *Manajemen Pelayanan.*, h. 18.

<sup>32</sup> Raminto dan Atik Septi Winarsih, *Manajemen Pelayanan*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016), h. 2

perusahaan yang mempunyai fasilitas yang lengkap serta gedung yang memadai akan mempengaruhi evaluasi konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan tersebut. Konsumen selalu mencoba untuk menilai suatu pelayanan atau servis jasa sebelum mereka membeli dan karena mereka tidak mampu untuk melihat jasa itu sendiri, mereka akan menilai berdasarkan semua benda-benda yang berasosiasi dengan jasa itu sendiri.

b. Keandalan (*Reliability*)

Kehandalan, menunjukkan seberapa jauh penyedia jasa sanggup memberikan pelayanan atau jasa sama seperti yang telah dijanjikan secara akurat dan tepat. *Reliability* bukan hanya sangat penting untuk masalah-masalah yang sangat besar, tapi seringkali jasa yang kecil pun merupakan hal yang penting untuk konsumen dalam memberikan evaluasi apakah suatu jasa berkualitas tinggi atau rendah. Akibat dari pelayanan yang jelek, perusahaan akan menerima publikasi yang negatif dan hal itu menyebabkan berkurangnya konsumen yang akan membeli jasa dikemudian hari.

c. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Daya Tanggap, menunjukkan kemauan dan komitmen dari penyedia jasa untuk membantu pelanggan dalam memberikan jasa pada waktu yang tepat. *Responsiveness* bukan hanya menyangkut dari cepatnya suatu pelayanan yang diberikan, tetapi juga kemauan dari penyedia jasa atau karyawan dalam membantu konsumen.

d. Jaminan (*Assurance*)

Jaminan meliputi: kompetensi, *courtesy*, *credibility* (kredibilitas) dan *security* (keamanan). Kompetensi terdiri dari keahlian dan pengetahuan dari para karyawan dalam memberikan pelayanan. *Courtesy* meliputi kesopanan dan keramahan dari karyawan terhadap konsumen. Kredibilitas menyangkut reputasi suatu perusahaan.

e. Empati (*Empathy*)

Empati meliputi: *access*, *communication*, dan *under standing customer*. Kemampuan berkomunikasi para karyawan untuk menjelaskan dengan baik mengenai pelayanan yang disediakan akan memberikan dampak positif dari penilaian konsumen. Yang perlu diperhatikan lagi adalah mengerti keinginan konsumen, hal ini tidak boleh diremehkan. Dengan memandang kualitas jasa dari beberapa dimensi tersebut adalah mudah bagi perusahaan untuk terus memonitor seberapa baik

kualitas jasa atau pelayanan yang diberikan kepada konsumen.<sup>33</sup>

Berdasarkan kutipan di atas dapat dipahami bahwa faktor pendukung dari pelayanan kepada konsumen diantaranya seperti adanya bukti langsung yaitu penampailan dari fasilitas-fasilitas yang ada dan konsumen dapat menilai secara langsung. Keandalan yang dapat menunjukkan kepada konsumen seberapa besar penyedia jasa dalam memberikan jasa yang baik kepada konsumen. Daya tanggap dari pemberi jasa dalam pemberian waktu yang tepat dan empati merupakan kemampuan pemberi penjelasan dengan baik mengenai pelayanan yang disediakan.

Kemudian faktor-faktor pendukung pelayanan menurut pendapat yang lain mengatakan :

a. Faktor kesadaran

Kesadaran menunjukkan suatu keadaan pada jiwa seseorang, yaitu titik temu dari berbagai pertimbangan sehingga diperoleh suatu keyakinan, ketenangan, ketetapan hati dan keseimbangan hati dalam jiwa yang bersangkutan.<sup>34</sup> Jadi kesadaran adalah hasil dari suatu proses yang kadang-kadang memerlukan waktu cukup lama dan dalam keadaan tenang tidak dalam emosi.

b. Faktor aturan

---

<sup>33</sup> Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, Edisi I, (Yogyakarta: Penerbit Andi Offset, 2004), h. 59

<sup>34</sup> *Ibid*, h. 88.

Aturan adalah perangkat penting dalam segala tindakan dan perbuatan orang. Oleh karena peranan aturan demikian besar dalam perusahaan maka dengan sendirinya aturan harus dibuat, dipatuhi dan diawasi sehingga dapat mencapai sasaran sesuai dengan maksudnya.<sup>35</sup>

c. Faktor organisasi

Organisasi pelayan pada dasarnya tidak berbeda dengan organisasi pada umumnya, karena sasaran pelayanan ditunjukkan secara khusus kepada manusia yang mempunyai watak dan kehendak multi kompleks. Oleh karena itu organisasi yang dimaksud di sini tidak semata-mata dalam perwujudan susunan organisasi, melainkan lebih banyak pada pengaturan dan mekanisme kerjanya yang harus mampu menghasilkan pelayanan yang memadai.<sup>36</sup>

d. Faktor pendapatan

Pendapatan ialah seluruh penerimaan seseorang sebagai imbalan atas tenaga atau pikiran yang telah dicurahkan untuk orang lain atau badan organisasi, baik dalam bentuk uang atau fasilitas, dalam jangka waktu tertentu.<sup>37</sup>

e. Faktor kemampuan/keterampilan

Dengan kemampuan/keterampilan yang memadai maka pelaksanaan tugas atau pekerjaan dapat dilakukan dengan baik, cepat dan memenuhi keinginan semua pihak, baik manajemen itu sendiri.<sup>38</sup>

---

<sup>35</sup> *Ibid*, h. 91.

<sup>36</sup> *Ibid*, h. 98.

<sup>37</sup> *Ibid*, h. 110.

<sup>38</sup> *Ibid*, h. 119.

f. Faktor sarana pelayanan

Sarana pelayanan yang dimaksud disini adalah segala jenis peralatan, perlengkapan kerja fasilitas lain yang berfungsi sebagai alat utama atau bantuan dalam pelaksanaan pekerjaan, dan juga *skill* berfungsi sosial dalam rangka kepentingan orang-orang yang sedang berhubungan dengan organisasi kerja itu.

### 3. Penyusunan Rancangan Standar Pelayanan Konsumen

Semakin banyak konsumen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, maka persaingan semakin ketat menyebabkan perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Setelah melakukan penyiapan rancangan pembuatan standar pelayanan yang meliputi pembentuk tim dan identifikasi kondisi penyelenggaraan pelayanan saat ini, maka selanjutnya adalah penyusunan rancangan standar pelayanan.

Konsumen merupakan kunci untuk meraih keuntungan. Mempertahankan pelanggan lebih mudah dibandingkan dengan mencari pelanggan yang baru karena mencari pelanggan yang baru lebih sulit. Menurut pendapat Rahmayanti terdapat lima hal pokok merancang pemberian pelayanan kepada konsumen, yaitu :

- a. Regulasi Layanan (*Service Regulation*)  
Perusahaan apapun harus menyusun dan mengembangkan jasa pelayanan pada pelanggan mencakup sistem, aturan, keputusan, prosedur dan tata cara pelayanan serta berguna menyampaikan produk dan atau jasa perusahaan.
- b. Fasilitas-Fasilitas Layanan (*Service Facilities*)  
Menyangkut fasilitas utama dan pendukung
- c. Peranan tim pegasarah (*advisory team*)

Tim pengarah adalah penanggung jawab tertinggi manajemen, pimpinan, dapat dari seorang public relation atau manajer operasional, yang memiliki peranan dalam manajemen pelayanan.

- d. Mudah, murah, cepat, manfaat (*simple-cheap-fast-benefit*)
  - 1) Mudah (*simple*)

Kemudahan memperoleh pelayanan, kejelasan informasi, pelanggan akan semakin puas apabila relatif mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau layanan.
  - 2) Murah (*cheap*)

Hemat waktu dan tenaga, murah harga dengan kualitas dan manfaat yang baik.
  - 3) Cepat (*fat*)

Kecekatan petugas dalam pelayanan
- e. Budaya pemberian pelayanan
  - 1) *Self awarness* : kesadaran pribadi untuk memberikan pelayanan sebaik mungkin kepada pelanggan
  - 2) *Anthusias* : memberikan pelayanan dengan penuh antusias atau gairah
  - 3) *Reform* : memperbaiki dan meningkatkan kinerja pelayanan dari waktu ke waktu
  - 4) *Value* : pelayanan harus mampu memberikan nilai tambah
  - 5) *Impreesive* : pelayanan harus menarik, berkesan, namun tidak berlebihan
  - 6) *Care* : memberikan perhatian dan kepedulian kepada pelanggan secara optimal
  - 7) *Evaluation* : pelayanan yang telah diberikan harus selalu di evaluasi secara rutin.<sup>39</sup>

Langkah yang harus dilakukan dalam penyusunan rancangan standar pelayanan dapat dijelaskan sebagai berikut :<sup>40</sup>

a. Identifikasi persyaratan

Presyaratan adalah syarat (dokumentasi atau barang/hal lain) yang harus dipenuhi dalam pengurusan suatu jenis pelayanan, baik

---

<sup>39</sup> Nina Rahmayanty, *Manajemen Pelayanan.*, h. 146-156

<sup>40</sup> Deddy Mulyadi. Dkk, *Administrasi Publik dan Pelayanan Publik*, (Bandung: Alfabeta : 2016), h. 203-206

persyaratan teknis maupun administratif. Cara yang dapat dilakukan dalam mengidentifikasi persyaratan pelayanan adalah dengan melihat kebutuhan-kebutuhan yang diperlukan untuk menyelesaikan pelayanan.

b. Identifikasi prosedur

Prosedur adalah tata cara pelayanan yang dibakukan bagi penerima pelayanan. Prosedur pelayanan merupakan proses yang harus dilalui seorang pelanggan untuk mendapatkan pelayanan yang diperlukan.

c. Identifikasi waktu

Waktu pelayanan adalah jangka waktu yang diperlukan untuk menyelesaikan seluruh proses pelayanan dari setiap jenis pelayanan.

d. Identifikasi biaya / tarif

Biaya adalah ongkos yang dikenakan kepada penerima layanan dalam mengurus dan / atau memperoleh pelayanan dari penyelenggara yang besarnya ditetapkan berdasarkan kesepakatan antara penyelenggara dan masyarakat.

e. Identifikasi produk pelayanan

Produk pelayanan adalah hasil pelayanan yang diberikan dan diterima sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan. Produk pelayanan dapat berupa penyediaan barang, jasa dan atau produk administrasi yang diberikan dan diterima pengguna pelayanan sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang ditetapkan.

f. Penanganan pengelolaan pengaduan

Organisasi penyelenggara pelayanan wajib membuat mekanisme pengelola pengaduan. Bentuk-bentuk pengelola pengaduan yang banyak digunakan antara lain : penyedia kotak saran/kotak pengaduan, sms, portal pengaduan dalam webset dan penyediaan petugas penerima pengaduan.

Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan dalam meningkatkan kualitas jasa, rancangan standar pelayanan perlu dipertimbangkan. Menurut pendapat Tjiptono sebagai berikut :<sup>41</sup>

a. Mengidentifikasi Determinan Utama Kualitas jasa

Setiap perusahaan jasa perlu berupaya memberikan kualitas yang terbaik kepada pelanggannya. Untuk itu dibutuhkan identifikasi determinan utama kualitas jasa dari sudut pandang pelanggan. Oleh karena itu langkah pertama yang dilakukan adalah melakukan riset untuk mengidentifikasi determinan jasa yang paling penting bagi pasar sasaran. Langkah selanjutnya adalah memperkirakan penilaian yang diberikan pasar sasaran terhadap perusahaan dan pesaing berdasarkan determinan-determinan tersebut.

b. Mengelola Harapan Pelanggan

Tidak jarang perusahaan berusaha melebih-lebihkan pesan komunikasinya kepada pelanggan dengan maksud agar mereka terpikat. Hal seperti ini dapat menjadi bumerang bagi perusahaan. Semakin banyak janji yang diberikan, maka semakin besar pula

---

<sup>41</sup> Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, Edisi I, (Yogyakarta. Penerbit Andi Offset, 2004), h. 88



harapan pelanggan (bahkan bisa menjurus menjadi tidak realistis) yang pada gilirannya akan menambah peluang tidak dapat terpenuhinya harapan pelanggan oleh perusahaan.

c. Mengelola Bukti (*evidence*) Kualitas Jasa

Pengelolaan bukti kualitas jasa bertujuan untuk memperkuat persepsi pelanggan selama dan sesudah jasa diberikan. Oleh karena itu jasa merupakan kinerja dan dapat dirasakan sebagaimana halnya barang, maka pelanggan cenderung memperhatikan faktor-faktor *tangibles* yang berkaitan dengan jasa sebagai bukti kualitas.

d. Mendidik Konsumen Tentang Jasa

Membantu pelanggan dalam memahami suatu jasa merupakan upaya yang sangat positif dalam rangka menyampaikan kualitas jasa. Pelanggan yang lebih terdidik akan dapat mengambil keputusan secara lebih baik.

e. Mengembangkan Budaya Kualitas

Budaya kualitas merupakan sistem nilai organisasi yang menghasilkan lingkungan kondusif bagi pembentukan dan penyempurnaan kualitas secara terus-menerus. Budaya kualitas terdiri dari filosofi, keyakinan, sikap, norma, nilai, tradisi, prosedur, dan harapan yang meningkatkan kualitas.

f. Menciptakan *Automating Quality*

Adanya otomatisasi dapat meningkatkan variabilitas kualitas jasa yang disebabkan kurangnya sumber daya manusia yang dimiliki.

Sebelum melakukan *otomatisasi* perusahaan perlu melakukan penelitian secara seksama untuk menentukan bagian yang memerlukan sentuhan manusia dan bagian yang memerlukan *otomatisasi*. Perlu dihindari *otomatisasi* yang mencakup keseluruhan jasa.

g. Menindaklanjuti Jasa

Menindaklanjuti jasa dapat membantu memisahkan aspek-aspek jasa yang perlu ditingkatkan. Perusahaan perlu mengambil inisiatif untuk menghubungi sebagian atau semua pelanggan untuk mengetahui tingkat kepuasan dan persepsi mereka terhadap jasa yang diberikan. Perusahaan dapat pula memberikan kemudahan untuk berkomunikasi, baik menyangkut kebutuhan atau keluhan mereka.

h. Mengembangkan Sistem Informasi Kualitas Jasa

Sistem informasi kualitas jasa merupakan suatu sistem yang menggunakan berbagai macam pendekatan riset secara sistematis untuk mengumpulkan dan menyebarkan informasi kualitas jasa yang mendukung pengambilan keputusan.

## **D. Etika Bisnis Islam**

### **2. Pengertian Etika Bisnis Islam**

Kata etika berasal dari bahasa Yunani, yaitu “ethics” yang artinya sifat atau kebiasaan. Etika dapat didefinisikan sebagai seperangkat prinsip

moral yang membedakan yang baik dari yang buruk.<sup>42</sup> Etika ini sangat erat hubungannya dengan perilaku manusia, khususnya perilaku para pelaku bisnis, apakah berperilaku etis ataukah berperilaku tidak etis.<sup>43</sup>

Etika bisnis adalah studi tentang baik buruknya mengenai sikap manusia termasuk tindakan-tindakan relasi dan nilai-nilai dalam kontrak bisnis.<sup>44</sup> Kemudian etika bisnis Islam terminologi adalah bagian dari muamalah yang dijalankan oleh seseorang yang mahir dan cakap untuk mengetahui arah dan tujuan yang diupayakan dalam usahannya.<sup>45</sup>

Berdasarkan pendapat-pendapat di atas dapat penulis pahami bahwa bisnis sangat erat kaitan dengan perilaku manusia dalam berbisnis. Dalam berbisnis terdapat etika-etika yang harus di jalan oleh pelaku bisnis, dalam etika bisnis Islam untuk membedakan baik buruknya dalam berbisnis menurut ajaran Islam.

### **3. Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam**

Bagi orang muslim dalam melaksanakan aktivitas bisnis harus taat pada prinsip yang digariskan oleh Al-Quran karena prinsip-prinsip ini akan memberikan keadilan dan keseimbangan yang dibutuhkan dalam bidang bisnis dan akan menjaga aktivitas bisnis pada jalur yang benar.<sup>46</sup>

#### **a. Keesaan**

---

<sup>42</sup> Rafik Issa Beekum, *Etika Bisnis Islam*, Terj. Muhammad, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), h. 3.

<sup>43</sup> Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Bisnis Syariah dan Kewirausahaan*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2013), h. 279

<sup>44</sup> *Ibid*, h. 280

<sup>45</sup> Agus Arijanto, *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2011), h.6.

<sup>46</sup> Muhammad, R Lukman Fauroni, *Visi Al- Quran Tentang Etika Dan Bisnis*, (Salemba Diniyah, 2004) , h. 162

Tauhid merupakan dasar dan sekaligus motivasi untuk menjamin kelangsungan hidup, kecukupan kekuasaan, dan kehormatan manusia yang telah didisain Allah untuk menjadi makhluk yang dimuliakan.<sup>47</sup> Prinsip atas ketuhanan Allah memberikan pemahaman dan pengakuan adanya transendensi atau aspek metafisik. Konsep tauhid berisikan kepasrahan manusia kepada Tuhannya, dalam perspektif yang lebih luas, konsep ini merefleksikan adanya kesatuan, yaitu kesatuan kemanusiaan, kesatuan penciptaan, dan kesatuan tuntunan hidup serta kesatuan tujuan hidup.<sup>48</sup>

Berdasarkan beberapa kutipan di atas dapat penulis pahami bahwa tauhid merupakan landasan yang sangat kuat dijadikan sebagai pondasi utama setiap langkah seorang muslim yang beriman dalam menjalankan fungsi kehidupannya. Tauhid berisikan kepasrahan kepada keesaan Allah, dalam hal ini adanya keasatuan kemanusiaan, kesatuan penciptaan dan kesatuan tuntunan hidup serta kesatuan terhadap tujuan hidup yaitu hanya semata-mata karena Allah.

Terkait dengan kutipan di atas maka dalam bisnis baik itu dalam segi perdagangan maupun dalam segi transportasi jasa manusia hanya bisa berencana yaitu melakukan kerja sama dengan baik, sementara hasil ataupun keselamatannya diserahkan kepada Tuhan Yang Maha Esa. Karena manusia hanya bisa berencana dan berusaha

---

<sup>47</sup> Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syari'ah*, (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2009), h. 107

<sup>48</sup> Muhammad, *Paradigma, Metodologi dan Aplikasi Ekonomi Syariah*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), h. 109

sedangkan Allah yang memberikan rezeki dan keselamatan kepada manusia.

b. Keadilan

Keadilan adalah suatu masalah yang sangat sulit diterapkan mudah dikatakan tetapi sulit dilaksanakan.<sup>49</sup> Terutama keadilan dibidang ekonomi, dan hukum. Konsep keadilan ekonomi dalam Islam mengharuskan setiap orang mendapatkan haknya dan tidak mengambil hak atau bagian orang lain.<sup>50</sup> Keadilan ekonomi dalam Islam mengharuskan setiap orang untuk mendapatkan haknya dan tidak mengambil hak orang lain.<sup>51</sup>

Berdasarkan kutipan-kutipan di atas dapat penulis pahami bahwa menegakkan keadilan itu tidak hanya dituntut dalam hal yang berkaitan dengan perbuatan dan ucapan atau keduanya sekaligus, tetapi juga diperintahkan dalam transaksi bisnis.

Keadilan menurut ekonomi Islam dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Keadilan berarti kebebasan yang bersyarat akhlak Islam.<sup>52</sup>

Secara garis besar keadilan dapat didefinisikan sebagai suatu keadaan dimana terdapat kesamaan perlakuan di mata hukum, kesamaan hak kompensasi, hak hidup secara layak, dan

---

<sup>49</sup> Ibrahim Lubis, *Ekonomi Islam Suatu Pengantar 2*, (Jakarta: Kalam Mulia, 1995), h. 466

<sup>50</sup> Muhammad Syafi'i Antonio., *Bank Syariah*, h. 15

<sup>51</sup> *Ibid*

<sup>52</sup> Muhammad, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2008), h. 59

hak menikmati pembangunan.<sup>53</sup> Sebagaimana yang dijelaskan dalam Al-Qur'an surat Al-Hasyr (59) : 7 sebagai berikut :



*Artinya : “Apa saja harta rampasan (fai-i) yang diberikan Allah kepada RasulNya (dari harta benda) yang berasal dari penduduk kota-kota Maka adalah untuk Allah, untuk rasul, kaum kerabat, anak-anak yatim, orang-orang miskin dan orang-orang yang dalam perjalanan, supaya harta itu jangan beredar di antara orang-orang Kaya saja di antara kamu. Apa yang diberikan Rasul kepadamu, Maka terimalah dan apa yang dilarangnya bagimu, Maka tinggalkanlah. dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah amat keras hukumannya” (QS. Al-Hasyr : 7)<sup>54</sup>*

Berdasarkan ayat tersebut dapat dipahami bahwa apapun bentuk harta rampasan yang diberikan oleh Allah kepada RasulNya, supaya harta itu jangan hanya diberikan kepada orang-orang

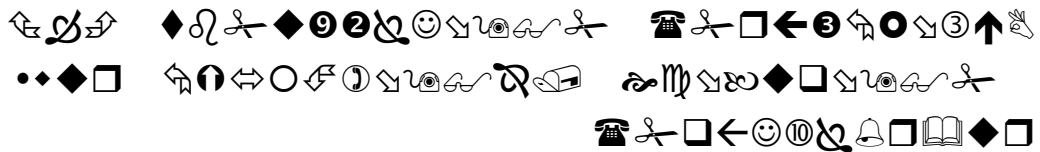
<sup>53</sup> *Ibid*, h. 59

<sup>54</sup> Departemen Agama RI, *Al-qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: CV. Diponegoro, 2015),

yang kaya saja tetapi diberikan secara adil yaitu diperuntukkan bagi orang-orang yang kurang mampu, anak yatim, orang-orang miskin dan orang-orang yang dalam perjalanan.

- 2) Keadilan harus ditetapkan di semua fase kegiatan ekonomi, baik kaitannya dengan produksi maupun konsumsi, yaitu dengan aransemen efisiensi dan memberantas keborosan ke dalam keadilan distribusi ialah penilaian yang tepat terhadap faktor-faktor produksi dan kebijaksanaan harga hasilnya sesuai dengan takaran yang wajar dan ukuran yang tepat atau kadar sebenarnya.<sup>55</sup>

Dalam Al-Qur'an surat Ar-Rahman ayat 9 dijelaskan :



Artinya : “Dan Tegakkanlah timbangan itu dengan adil dan janganlah kamu mengurangi neraca itu”. (QS Ar-Rahman : 9)<sup>56</sup>

Berdasarkan ayat di atas dapat dipahami bahwa dalam ayat tersebut menyerukan kepada para pelaku ekonomi untuk dalam hal usaha dan bisnis apapun jenisnya tidak diperbolehkan mengurangi timbangan dan mengurangi takaran, dalam artian bagi pelaku usaha maupun bisnis untuk berbisnis secara adil.

- 3) Keadilan berarti kebijaksanaan mengalokasikan sejumlah hasil tertentu dari kegiatan ekonomi bagi mereka yang tidak mampu

<sup>55</sup> Muhammad, *Ekonomi Islam.*, h. 63

<sup>56</sup> Departemen Agama RI, *Al-qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: CV. Diponegoro, 2015), h. 9.

memasuki pasar atau tidak sanggup membelinya menurut kekuatan pasar, yaitu kebijaksanaan melalui zakat, infaq dan shodaqoh.<sup>57</sup>

QS Asy-Syu'araa (26) : 182-183



Artinya : “Dan timbanglah dengan timbangan yang lurus, dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan”. QS Asy-Syu'ara : 182-183).<sup>58</sup>

Berdasarkan kutipan-kutipan di atas dapat dipahami bahwa yang dimaksud dengan keadilan yaitu tidak menzalimi dan tidak dizalimi, implikasi dari ekonomi dari nilai ini adalah bahwa pelaku ekonomi tidak dibolehkan untuk mengejar keuntungan pribadi bila hal itu merugikan orang lain.

c. Kehendak bebas

<sup>57</sup> Ahmad M. Saefuddin, *Studi Nilai-Nilai Sistem Ekonomi Islam*, (Jakarta: Media Da'wah dan LIPPM), h. 43-49h. 59-65

<sup>58</sup> Departemen Agama RI, *Al-qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: CV. Diponegoro, 2015), h. 182-183



Kebebasan individu dalam kerangka etika Islam diakui selama tidak bertentangan dengan kepentingan sosial yang lebih besar atau sepanjang individu itu tidak melangkahi hak-hak orang lain.<sup>59</sup> Berdasarkan konsep kehendak bebas, manusia memiliki kebebasan untuk membuat kontrak dan menepatinya ataupun mengingkarinya. Seorang muslim, yang telah menyerahkan hidupnya kepada kehendak Allah SWT, akan menepati semua kontrak yang telah dibuatnya.<sup>60</sup>

Terkait dengan pendapat-pendapat di atas dapat penulis jelaskan bahwa kebebasan dalam berbisnis menurut Islam diperbolehkan dengan ketentuan selama hal tersebut tidak bertentangan dengan kepentingan-kepentingan sosial atau selama pelaku bisnis tidak melangkahi hak-hal orang lain. Jadi dalam hal ini manusia sebagai pelaku bisnis bebas melakukan kontrak.

d. Tanggung jawab

Aksioma tanggung jawab individu begidu mendasar dalam ajaran-ajaran Islam. Terutama jika dikaitkan dengan kebebasan ekonomi.<sup>61</sup> Tanggung jawab dalam pengertian kamus, diterjemahkan dengan kata: “*Reponsibility = having the character of a free moral agent; capable of determining one’s own acts; capable of deterred by consideration of sanction or consequences*”. Definisi ini memberikan pengertian yang dititik beratkan kepada:

---

<sup>59</sup> *Ibid.* 17

<sup>60</sup> Rafik Issa Bekum, *Etika Bisnis.*, h. 38-39

<sup>61</sup> Faisal Badroen, *Etika Bisnis.*, h. 100

- 1) Harus ada kesanggupan untuk menetapkan sikap terhadap sesuatu perbuatan.
- 2) Harus ada kesanggupan untuk memikul resiko dari sesuatu perbuatan.<sup>62</sup>

Berdasarkan kutipan di atas dapat dipahami bahwa dalam pandangan bisnis menurut Al-Qur'an diperbolehkan dan tidak mengandung kejahatan yaitu jenis bisnis yang dijalankan termasuk dalam keharaman menurut syari'ah, tidak mengandung kejahatan bagi mereka yang saling terlibat dalam bisnis.

---

<sup>62</sup> Burhanuddin Salam, *Etika Sosial Asas Moral Kehidupan Manusia*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), h. 28

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis dan Sifat Penelitian**

##### **1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Penelitian Lapangan (*Field Research*) yaitu penelitian yang bertujuan mempelajari secara intensif tentang latar belakang keadaan sekarang dan interaksi suatu sosial, individu, kelompok, lembaga dan masyarakat.<sup>63</sup> Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang dilakukan secara langsung ke lokasi penelitian untuk memperoleh data yang diperlukan. Penelitian ini dilakukan di Perum Damri Metro.

##### **2. Sifat Penelitian**

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif pada hakekatnya penelitian kualitatif adalah mengamati orang dalam lingkungan hidupnya,

---

<sup>63</sup> Husain Usman dan Purnomo Setiady Akbar, *Metode Penelitian Sosial*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2011), h. 24.

berinteraksi dengan mereka. Penelitian kualitatif yaitu “Sedangkan kualitatif merupakan penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek peneliti dengan cara mendeskripsikannya dalam bentuk kata-kata dan bahasa.<sup>64</sup> Penelitian deskriptif pada umumnya dilakukan secara sistematis fakta dan karakteristik objek atau subjek yang teliti secara tepat.

Penulis akan mengungkap fenomena atau kejadian dengan cara menjelaskan, memaparkan/menggambarkan dengan kata-kata secara jelas dan terperinci melalui bahasa yang tidak berwujud nomor/angka. Dengan jenis penelitian deskriptif dan menggunakan pendekatan fenomenologi maka dapat diasumsikan bahwa sifat dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif lapangan. Sifat penelitian ini akan mendeskripsikan kepuasan konsumen terhadap pelayanan angkutan umum perspektif etika bisnis Islam.

## **B. Sumber Data**

Sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata, dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain.<sup>65</sup> Pengumpulan sumber data dalam penelitian ini dapat diklasifikasikan kedalam sumber data primer dan sekunder.

Sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data dapat diperoleh. Sumber data yang akan dicari berupa sumber data primer dan sumber data sekunder.

---

<sup>64</sup> Pedoman Penulisan Karya Ilmiah, Edisi Revisi, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2016), h. 20

<sup>65</sup> *Ibid*, h. 6.

Adapun sumber data yang dimaksud ialah:

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah sumber asli. Dalam hal ini, maka proses pengumpulan datanya perlu dilakukan dengan memperhatikan siapa sumber utama yang dijadikan objek penelitian.<sup>66</sup> Artinya sumber data primer langsung dari sumber pokok penelitian, yaitu 2 supir, 2 kondektur, 1 petugas loket serta 3 konsumen.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah “sumber untuk mendapatkan informasi tambahan yang diperoleh dari sumber kedua/skunder atau bahan-bahan pelengkap”.<sup>67</sup> Dalam penelitian ini peneliti menggunakan sumber sekunder yaitu buku-buku yang ada di perpustakaan yang relevan dengan judul skripsi ini seperti buku karangan AS. Moenir, Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia. Philip Kotler, Manajemen Pemasaran. Rambat Lupiyoadi, Manajemen Pemasaran Jasa : Teori dan Pratek. Abdullah Zaky Al-Kaaf: Ekonomi dalam Perspektif Islam. Manajemen Sumber Daya Manusia serta buku-buku lain yang dapat menunjang dalam penulisan penelitian ini.

### **C. Teknik Pengumpulan Data**

Tehnik pengumpulan data yang diperlukan dalam penelitian skripsi ini adalah:

1. Wawancara (*Interview*)

---

<sup>66</sup> Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2008), h.103.

<sup>67</sup> Ibid, h. 105

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.<sup>68</sup>

Jenis wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah bebas terpimpin, yaitu wawancara dengan menggunakan kerangka pertanyaan yang sudah dipersiapkan sebagai bahan pertanyaan. Hal ini dimaksudkan agar arah wawancara tidak menyimpang dari pokok permasalahan. Dengan metode ini peneliti mengajukan beberapa pertanyaan kepada Bapak Sohadi, Bapak Muslim selaku supir, Bapak Halif, Bapak Aril Sutoyo selaku Kondaktur, Bapak H. Ivan Macho selaku petugas loket dan Ibu Sriwantini, Bapak Jatmiko dan Sofia selaku konsumen Perum Damri. Hal ini dilakukan guna mendapatkan informasi yang konkrit mengenai kepuasan konsumen terhadap pelayanan angkutan umum menurut perspektif etika bisnis Islam.

## 2. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah “mencari data mengenai hal-hal atau peneliti menyelidiki benda-benda seperti buku-buku, majalah, dokumen, peraturan-peraturan, notulen rapat, catatan harian dan sebagainya”.<sup>69</sup>

Dari pendapat di atas, jelaslah bahwa yang dimaksud dengan dokumentasi adalah merupakan metode pengukur data yang digunakan dalam suatu penelitian dengan cara mencatat beberapa masalah yang sudah

---

<sup>68</sup>. Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, Ed.Revisi, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2009), h. 186.

<sup>69</sup>. Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian.*, h. 201.

didokumentasikan oleh pihak Perum Damri. Penggunaan metode dokumentasi dalam penelitian ini digunakan untuk memperoleh data tentang sejarah berdirinya perum damri di Kota Metro, jumlah karyawan dan struktur organisasi Perum Damri Kota Metro.

### 3. Observasi

Teknik observasi merupakan metode pengumpulan data dengan pengamatan dan pencatatan. Dalam metode observasi ini penulis melakukan pengamatan secara langsung kepuasan konsumen terhadap pelayanan angkutan umum. Dalam hal ini observasi bisa diartikan sebagai “kegiatan pemuatan perhatian terhadap suatu objek dengan menggunakan alat indera”.<sup>70</sup>

Metode observasi yang penulis gunakan dalam penelitian ini jenis observasi non partisipatif (*nonpartisipant observation*). Observasi ini penulis gunakan untuk mengamati dan mencatat langsung tentang kepuasan konsumen terhadap pelayanan angkutan umum menurut Etika Binis Islam.

## **D. Teknis Analisa Data**

Analisis data adalah “Upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, menemukan pola, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari dan memutuskan apa yang dapat diceritakan orang lain”.<sup>71</sup> Teknik analisis data

---

<sup>70</sup> *Ibid*, h. 199

<sup>71</sup> Lexy J.Moleong, *Metodelogi Penelitian.*, h. 248

yang digunakan dalam penelitian kualitatif lapangan adalah “dilakukan secara interaktif melalui *data reduction* (Reduksi data), *data display* (penyajian data), dan *conclusion drawing/verification* (kesimpulan)”.<sup>72</sup>

Teknik analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.<sup>73</sup>

Berdasarkan beberapa pendapat di atas, teknik analisa adalah suatu usaha untuk memproses data yang telah dikumpulkan sebelumnya oleh peneliti baik dengan alat pengumpul data yang berupa interview, observasi maupun dokumentasi, dan ada tiga tahap teknik analisis data yaitu:

*Proses pertama* dengan *data reduction* (reduksi data) yaitu pada tahap ini, data yang diperoleh dari lokasi penelitian (data lapangan) dituangkan dalam uraian atau laporan yang lengkap dan terinci. Laporan lapangan oleh peneliti akan direduksi, dirangkum, dipilih hal-hal yang pokok, difokuskan pada hal-hal yang penting kemudian dicari tema atau polanya dengan cara: diedit atau disunting, yaitu diperiksa atau dilakukan pengecekan tentang kebenaran responden yang menjawab, kelengkapannya, apakah ada jawaban yang tidak sesuai atau tidak konsisten. Kemudian, dilakukan coding atau pengkodean, yaitu pemberian tanda atau simbol atau kode bagi tiap-tiap jawaban yang termasuk dalam kategori yang sama. Dan selanjutnya, tabulasi atau pentabelan, yaitu jawaban-jawaban yang serupa dikelompokkan dalam

---

<sup>72</sup>. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Cet. 16, (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 246.

<sup>73</sup>*Ibid.*



suatu table. Reduksi data ini dilakukan secara terus menerus selama proses penelitian berlangsung.

*Proses kedua* yaitu dengan *data display* (penyajian data) yaitu dengan bentuk uraian singkat, bagan, maupun naratif dimaksudkan *untuk memudahkan peneliti dalam melihat gambaran secara keseluruhan* atau bagian-bagian tertentu dari penelitian. Dengan kata lain merupakan pengorganisasian data ke dalam bentuk tertentu sehingga kelihatan dengan sosoknya lebih utuh.

*Proses ketiga* yaitu dengan *conclusion drawing/verification* (penarikan kesimpulan) yaitu dari hasil penelitian yang telah dilakukan Dalam penelitian kualitatif, penarikan kesimpulan dilakukan secara terus menerus sepanjang proses penelitian berlangsung. Sejak awal memasuki lapangan dan selama proses pengumpulan data, peneliti berusaha untuk menganalisis dan mencari makna dari data yang dikumpulkan yaitu dengan cara mencari pola, tema, hubungan persamaan, hal-hal yang sering timbul, maka akan diperoleh kesimpulan yang bersifat pasti.

Penelitian ini dianalisis dengan menggunakan cara berfikir induktif. Penalaran induktif adalah berangkat dari fakta-fakta atau peristiwa yang khusus, peristiwa-peristiwa yang konkret, kemudian dari fakta-fakta atau peristiwa yang khusus, ditarik menjadi generalisasi-generalisasi yang mempunyai sifat umum".<sup>74</sup>

Setelah penulis menganalisis data yang telah diperoleh, kemudian penulis mengambil kesimpulan dengan menggunakan cara berfikir induktif.

---

<sup>74</sup> Sutrisno Hadi, *Metodologi Reasearch Jilid 1*, (Yogyakarta: UGM, 1994), h. 42.

Induktif adalah cara berpikir dengan menggunakan analisis yang berpijak dari pengertian-pengertian atau fakta-fakta yang bersifat khusus kemudian diteliti dan hasilnya dapat memecahkan persoalan umum. Cara berfikir induktif ini penulis gunakan untuk menggali kepuasan konsumen terhadap pelayanan angkutan umum perspektif etika bisnis Islam.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **D. Deskripsi Data**

#### **4. Sejarah Singkat Perusahaan Umum Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) Cabang Metro**

Tahun 1943 terdapat dua usaha di jaman kependudukan Jepang Jawa Ungu *Dzogyosha* yang mengkhususkan diri pada angkutan barang dengan truk gerobak cekar dan *Dzidosha Sokyoku* yang melayani angkutan penumpang dengan kendaraan bermotor / bus. Tahun 1945 setelah Indonesia merdeka dibawah pengelolaan Kementerian Perhubungan RI Jawa Unyu *Zigyosha* berubah nama menjadi Djawatan “Djawatan angkutan darat untuk angkutan penumpang. 25 November 1946 kedua djawatan itu digabungkan berdasarkan maklumat Menteri Perhubungan RI No. 1/DAM/46 dibektuklah “Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia” disingkat DAMRI, dengan tugas utama menyelenggarakan pengangkutan darat dengan bus, truk dan angkutan bermotor lainnya.<sup>75</sup>

Tugas ini pulalah yang menjadikan semangat “kesejarahan” DAMRI yang telah memainkan peranan aktif dalam kiprah perjuangan mempertahankan kemerdekaan melawan agresi Belanda di Jawa.

---

<sup>75</sup> *Dokumentasi Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) Cabang Metro*

Tahun 1961, terjadi peralihan status DAMRI menjadi Badan Pimpinan Umum Perusahaan Negara (BPUPN) berdasarkan PP No. 233 tahun 1961, yang kemudian pada tahun 1965 BPUPN dihapus dan DAMRI ditetapkan menjadi Perusahaan Negara (PN). Tahun 1982, DAMRI beralih status menjadi perusahaan umum (PERUM) berdasarkan PP No. 30 Tahun 1984, selanjutnya dengan PP No. 31 Tahun 2002, hingga saat ini. Dimana PERUM DAMRI diberi tugas dan wewenang untuk menyelenggarakan jasa angkutan umum untuk penumpang dan atau barang di atas jalan dengan kendaraan bermotor.<sup>76</sup>

#### **5. Visi dan Misi Perusahaan Umum Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) Cabang Metro**

##### **Visi**

Menjadi penyedia jasa angkutan jalan yang aman, terjangkau, berkinerja unggul andalan masyarakat Indonesia dan regional Asean.

##### **Misi**

Menyediakan layanan angkutan jalan berkelas dunia (*World Class Land Transportation Provider*) yang aman (*Safe*) berkualitas prima (*High Quality Service*) dan terjangkau (*Affordable*) yang dapat memuaskan pengguna jasa (*Customer Satisfaction*) di Indonesia dan regional Asean.<sup>77</sup>

#### **6. Struktur Organisasi Perusahaan Umum Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) Cabang Metro**

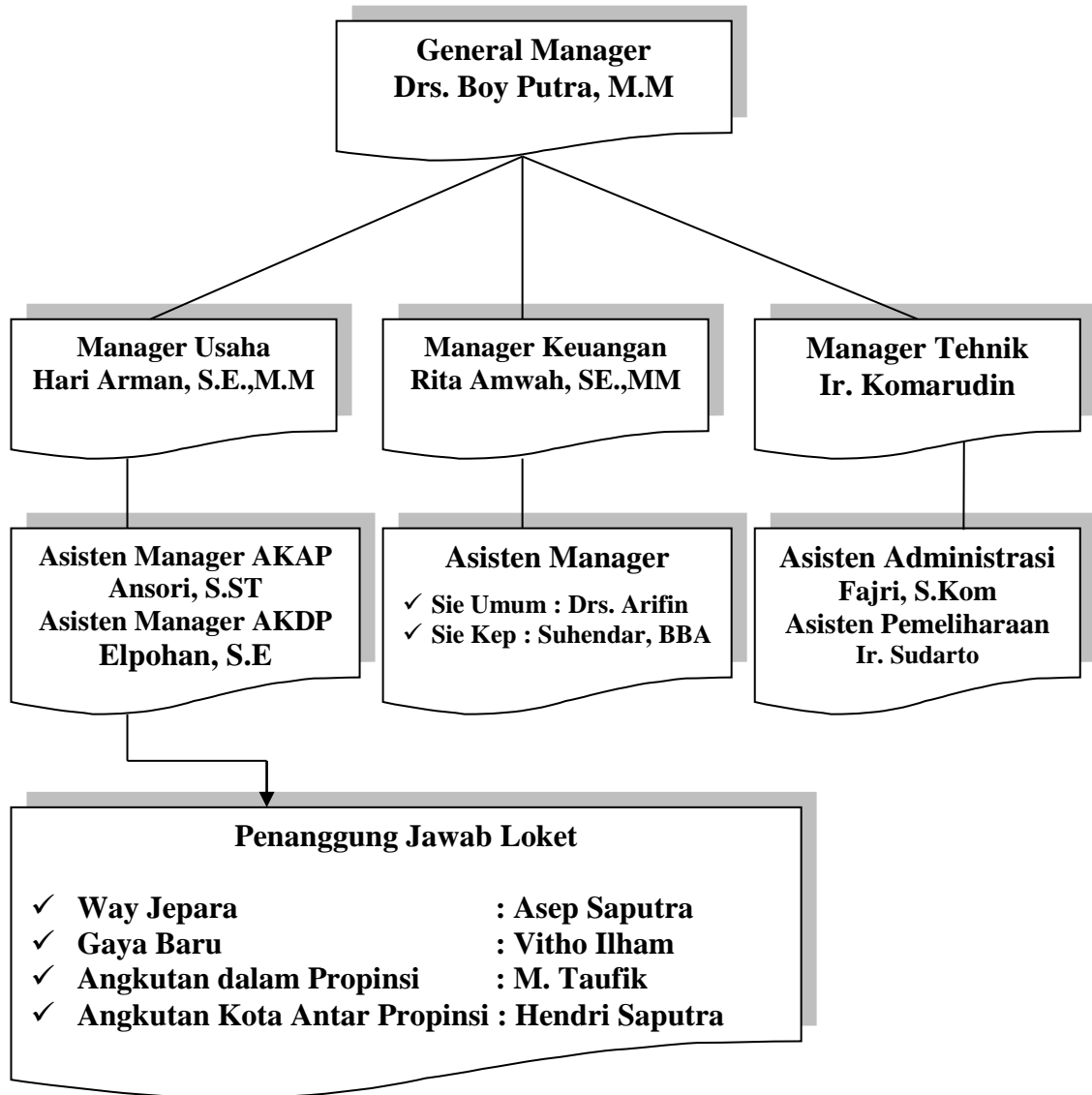
### **Gambar 1**

---

<sup>76</sup> Dokumentasi Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) Cabang Metro

<sup>77</sup> Dokumentasi Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) Cabang Metro

Struktur Organisasi Perusahaan Umum Djawatan Angkutan Motor Republik  
Indonesia (DAMRI) Cabang Metro<sup>78</sup>



**E. Pelayanan konsumen Perusahaan Umum Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) Cabang Metro.**

Bus Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) merupakan layanan jasa transportasi. Dalam menjalankan kegiatannya, Bus Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) senantiasa harus

<sup>78</sup> Dokumentasi Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) Cabang Metro

memberikan pelayanan yang optimal kepada konsumennya, agar konsumen merasa nyaman dan sadar fungsi keberadaan Bus Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI). Salah satu fungsi dari Bus Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) mengefektifkan dan mengefisienkan transportasi. Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa transportasi, Bus Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) memiliki visi menjadi penyedia jasa angkutan jalan yang aman, terjangkau, berkinerja unggul andalan masyarakat Indonesia dan regional Asean. Dan misi menyediakan layanan angkutan jalan berkelas dunia (*World Class Land Transportation Provider*) yang aman (*Sale*) berkualitas prima (*High Quality Service*) dan terjangkau (*Afterdable*) yang dapat memuaskan pengguna jasa (*Costomer Satisfaction*) di Indonesia dan regional Asean.

Peneliti melakukan wawancara dengan supir Bus Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI), dari hasil wawancara diperoleh penjelasan bahwa untuk menjaga kepuasan konsumen dari pihak supir selaku yang mengemudikan bus berupaya selalu memberikan pelayanan dalam perjalanan dengan baik, seperti mengemudi tidak ugal-ugalan dan selalu berupaya datang tepat pada waktunya.<sup>79</sup> Selanjutnya yang bersangkutan menyampaikan bahwa dalam mengemudikan kendaraan supir selalu mengutamakan keselamatan konsumen dalam perjalanan.<sup>80</sup>

---

<sup>79</sup> Wawancara dengan Bapak Rohadi selaku Supir Bus *Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI)* pada tanggal 25 April 2018

<sup>80</sup> Wawancara dengan Bapak Rohadi selaku Supir Bus *Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI)* pada tanggal 25 April 2018

Dalam perawatan bus ada perawatan secara khusus tiap bulannya.<sup>81</sup> Namun kalau untuk harian segi perawatan yang diutamakan tentang kebersihan bus, baik kebersihan di luar maupun di dalam bus dan ketika bus mulai mau beroperasi supir maupun kondektur selalu mengecek tekanan ban, mengecek baut ban dan mengecek rem serta mengecek minyaknya, hal ini dilakukan demi kenyamanan dalam perjalanan dan demi keselamatan konsumen.<sup>82</sup>

Selama dalam perjalanan, apabila ada penumpang yang menyetop bus tetap di naikkan, dalam artian penumpang Bus Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) yang mau menggunakan jasa bus tidak harus di loket resmi bus.<sup>83</sup> Setiap kali Bus Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) yang menempuh rute jarak jauh dan apabila berhenti untuk beristirahat di suatu tempat, jika bus akan melanjutkan perjalanan dari pihak bus seperti kondektur selalu mengecek penumpangnya, apabila penumpang masih ada yang belum naik maka bus akan menunggu penumpang yang belum naik.<sup>84</sup>

Selain peneliti melakukan wawancara dengan Bapak Rohadi selaku supir Bus Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI), peneliti juga melakukan wawancara dengan Bapak Mahyudin yang juga merupakan

---

<sup>81</sup> Wawancara dengan Bapak Rohadi selaku Supir Bus *Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI)* pada tanggal 25 April 2018

<sup>82</sup> Wawancara dengan Bapak Rohadi selaku Supir Bus *Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI)* pada tanggal 25 April 2018

<sup>83</sup> Wawancara dengan Bapak Rohadi selaku Supir Bus *Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI)* pada tanggal 25 April 2018

<sup>84</sup> Wawancara dengan Bapak Rohadi selaku Supir Bus *Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI)* pada tanggal 25 April 2018

supir Bus Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI). Dari hasil wawancara dengan Bapak Mahyudin diperoleh penjelasan bahwa dalam menjaga kepuasan konsumen supir dalam mengemudikan bus selalu berupaya menyetir dengan baik dan benar tidak membuat konsumen merasa tidak nyaman karena konsumen merasa ketakutan dengan cara supir mengemudi bus dengan menggebut dan supir selalu berupaya agar Bus Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) datang tepat pada waktunya.<sup>85</sup> Kemudian peneliti melanjutkan wawancara, dari hasil wawancara diketahui bahwa supir dalam mengemudikan kendaraan selalu mengutamakan keselamatan bersama.<sup>86</sup>

Selanjutnya Bapak Mahyudin menjelaskan lebih lanjut terkait dengan perawatan bus, bahwa dalam perawatan bus terhadap perawatan secara khusus setiap satu bulan sekali.<sup>87</sup> Selain perawatan secara khusus bulanan, ada juga perawatan untuk harian, untuk perawatan harian yang lebih diutamakan tentang kondisi ban sebelum melakukan perjalanan secara di cek, hal ini bertujuan supaya apabila ada baut ban yang kurang kencang bisa dikencangkan kembali demi keselamatan di perjalanan, kebersihan bus yaitu kebersihan di luar maupun di dalam bus.<sup>88</sup>

---

<sup>85</sup> Wawancara dengan Bapak Muslim selaku Supir Bus *Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI)* pada tanggal 25 April 2018

<sup>86</sup> Wawancara dengan Bapak Muslim selaku Supir Bus *Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI)* pada tanggal 25 April 2018

<sup>87</sup> Wawancara dengan Bapak Muslim selaku Supir Bus *Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI)* pada tanggal 25 April 2018

<sup>88</sup> Wawancara dengan Bapak Muslim selaku Supir Bus *Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI)* pada tanggal 25 April 2018



Peneliti juga melakukan wawancara dengan kondektur Bus Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI). Dari hasil wawancara diperoleh keterangan bahwa dalam menjalankan tugas kondektur selalu berusaha menjaga sikap cara bertutur sapa yang baik dengan konsumen, hal ini kondektur lakukan untuk memberikan rasa nyaman bagi konsumen.<sup>89</sup>

Bagi konsumen rute Metro Way Jepara tidak diwajibkan membeli tiket di dalam loket resmi Bus Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI), konsumen bisa membayar ongkos bus di dalam bus langsung.<sup>90</sup> Kondektur dalam menarik ongkos dari konsumen yang tidak membeli tiket di loket kondektur menarik ongkos setelah bus berjalan setengah perjalanan dari tujuan dan dalam menarik ongkos kondektur memberitahukan agar konsumen membayar dengan uang pas.<sup>91</sup>

Dari banyaknya konsumen yang menggunakan jasa Bus Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) tentunya berbeda-beda sifatnya, ada konsumen yang hanya diam selama dalam perjalanan dan ada juga konsumen yang selalu protes dengan pelayanan. Berdasarkan hasil wawancara dengan kondektur diperoleh penjelasan bahwa kondektur selalu menerima masukan ataupun komplain dari konsumen terkait dengan pelayanan bus Bus Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI),

---

<sup>89</sup> Wawancara dengan Bapak Halif selaku Kondektur Bus *Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI)* pada tanggal 26 April 2018

<sup>90</sup> Wawancara dengan Bapak Halif selaku Kondektur Bus *Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI)* pada tanggal 26 April 2018

<sup>91</sup> Wawancara dengan Bapak Halif selaku Kondektur Bus *Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI)* pada tanggal 26 April 2018

baik itu dari cara supir mengemudikan bus, maupun sikap kondektur yang menurut konsumen kurang baik.<sup>92</sup>

Apabila dari sekian banyak konsumen ada yang komplain dengan pelayanan bus Bus Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI), selalu diterima baik oleh supir maupun oleh kondektur, menurut kondektur maupun supir itu semua merupakan masukan yang cukup bagus untuk lebih memperbaiki pelayanan selanjutnya.<sup>93</sup>

Dalam segi perawatan bus ada kalanya perawatan secara khusus seperti mengganti oli mesih dan mengecek keadaan mesih di bengkel yang sudah dipercaya. Dan untuk perawatan harian yang dilakukan seperti setiap kali selesai bus beroperasi bus selalu di bersihkan luar maupun dalamnya, hal ini bertujuan agar memberikan rasa nyaman kepada para konsumen yang menggunakan jasa bus Bus Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI).<sup>94</sup>

Selanjutnya peneliti melakukan wawancara dengan Bapak Aril Sutoyo selaku kondektur Bus Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI). Dari hasil wawancara diperoleh keterangan bahwa dalam menjalankan tugas sebagai seorang kondentur berusaha semaksimal mungkin

---

<sup>92</sup> Wawancara dengan Bapak Halif selaku Kondektur Bus *Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI)* pada tanggal 26 April 2018

<sup>93</sup> Wawancara dengan Bapak Halif selaku Kondektur Bus *Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI)* pada tanggal 26 April 2018

<sup>94</sup> Wawancara dengan Bapak Halif selaku Kondektur Bus *Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI)* pada tanggal 26 April 2018

untuk menjaga sikap yang baik supaya konsumen tidak kecewa dengan pelayanan yang diberikan.<sup>95</sup>

Bus Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) rute Metro Way Jepara tidak memberikan kewajiban kepada konsumen untuk membeli tiket di dalam loket resmi Bus Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI), konsumen bisa membayar ongkos bus di dalam bus secara langsung.<sup>96</sup> Cara kondektur menarik ongkos dari konsumen yang tidak memiliki tiket, kondektur menarik ongkos dalam perjalanan dan kondektur juga meminta kepada konsumen supaya membayar dengan uang pas.<sup>97</sup>

Selanjutnya peneliti melanjutkan wawancara kembali dengan kondektur, dari hasil wawancara diketahui bahwa kondektur menerima jika ada masukan maupun komplain dari konsumen yang berkaitan dengan jasa pelayanan bus Bus Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI).<sup>98</sup>

Dalam rangka menjaga keamanan bersama pihak Bus Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) melakukan perawatan secara khusus dan perawatan harian, perawatan khusus seperti mengganti oli mesih dan mengecek keadaan mesih di bengkel resmi yang sudah dipercaya, untuk

---

<sup>95</sup> Wawancara dengan Bapak Aril Sutoyo selaku Kondektur Bus *Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI)* pada tanggal 26 April 2018

<sup>96</sup> Wawancara dengan Bapak Aril Sutoyo selaku Kondektur Bus *Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI)* pada tanggal 26 April 2018

<sup>97</sup> Wawancara dengan Bapak Aril Sutoyo selaku Kondektur Bus *Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI)* pada tanggal 26 April 2018

<sup>98</sup> Wawancara dengan Bapak Aril Sutoyo selaku Kondektur Bus *Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI)* pada tanggal 26 April 2018

perawatan harian yang dilakukan oleh pihak Bus Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) setiap kali selesai bus beroperasi bus selalu di bersihkan luar bus maupun dalam bus.<sup>99</sup>

Selanjutnya peneliti melanjutkan wawancara dengan petugas Loket Bus Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI). Berdasarkan hasil wawancara dengan petugas loket *Pool* Bus Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) diperoleh keterangan bahwa konsumen untuk rute Metro Way Jepara tidak diharuskan membeli tiket di dalam loket *pool* Damri.<sup>100</sup> Selanjutnya peneliti melanjutkan wawancara kembali terkait dengan konsumen rute Metro Way Jepara, dari kebanyakan konsumen dari rute Metro Way Jepara tidak membeli tiket di dalam pool Damri, para konsumen lebih memilih membeli tiket langsung di dalam bus yang sudah disediakan oleh staf Bus Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI).<sup>101</sup>

Terkait dengan perbedaan harga tiket antara rute perjalanan jarak jauh maupun jarak dekat sudah pasti ada perbedaan. Berdasarkan hasil wawancara dengan petugas loket diperoleh informasi bahwa harga tiket ditetapkan berdasarkan jauh rute, sehingga harga tiket ke tujuan satu berbeda dengan tujuan yang lainnya.<sup>102</sup>

---

<sup>99</sup> Wawancara dengan Bapak Aril Sutoyo selaku Kondektur Bus *Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI)* pada tanggal 26 April 2018

<sup>100</sup> Wawancara dengan Bapak H. Ivan Macho selaku Petugas Loket Bus *Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI)* pada tanggal 28 April 2018

<sup>101</sup> Wawancara dengan Bapak H. Ivan Macho selaku Petugas Loket Bus *Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI)* pada tanggal 28 April 2018

<sup>102</sup> Wawancara dengan Bapak H. Ivan Macho selaku Petugas Loket Bus *Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI)* pada tanggal 28 April 2018

Terkait dengan harga tiket yang dibeli di dalam loket yang ada di *pool* Damri dengan membeli tiket secara langsung di dalam bus peneliti melanjutkan wawancara kembali, dari hasil wawancara diketahui bahwa bagi konsumen yang membeli tiket di dalam loket *pool* damri maupun membeli tiket di dalam bus tidak terdapat perbedaan harganya karena di dalam bus sudah disediakan oleh staf Bus.<sup>103</sup>

Selain peneliti melakukan wawancara dengan pihak Bus Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI), peneliti juga melakukan wawancara dengan konsumen pengguna jasa Bus Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI). Pelayanan yang bermutu merupakan salah satu cara tepat bagi perusahaan agar dapat bersaing dengan perusahaan yang lainnya. Dengan memberikan pelayanan bermutu, maka diharapkan dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Tingkat mutu pelayanan tidak dapat dinilai berdasarkan sudut pandang perusahaan, tetapi harus dipandang dari sudut pelanggan. Dalam hal ini, perusahaan yang memenuhi standar mutu pelayanan, sedangkan yang menilai adalah konsumen. Oleh karena itu, dalam merumuskan strategi pemasaran, harus berorientasi pada kebutuhan pelanggan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan konsumen diperoleh penjelasan bahwa pelayanan yang diberikan oleh pihak loket sudah sangat baik, hal ini terbukti dari kesopanan yang ditunjukkan oleh pihak loket. Kesopanan pihak

---

<sup>103</sup> Wawancara dengan Bapak H. Ivan Macho selaku Petugas Loket Bus *Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI)* pada tanggal 28 April 2018

loket dapat dilihat dari penampilannya, cara bicaranya yang penuh rasa sopan santun, dan selalu memberikan penjelasan kepada konsumen.<sup>104</sup>

Kemudian peneliti melanjutkan wawancara kembali, dari hasil wawancara diperoleh keterangan bahwa kebersihan dalam bus Perusahaan Umum Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) sudah terbilang cukup bersih, namun terkadang masih ada sampah plastik yang belum dibersihkan, mungkin hal ini karena bus Perusahaan Umum Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) belum berhenti di full damri sehingga sulit untuk membersihkan karena masih banyak penumpangnya.<sup>105</sup> Jika dilihat dari luar, keadaan fisik bus Perusahaan Umum Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) sudah terlihat sangat baik dan bagus.<sup>106</sup>

Berdasarkan hasil wawancara diketahui bahwa supir bus Perusahaan Umum Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) di nilai sudah cukup baik dalam mengemudi, namun terkadang terlalu mengebut dalam mengemudikan bus, dan terkadang di jalan yang kurang bagus supir tidak menurunkan kecepatannya, hal ini membuat penumpang merasa kurang nyaman.<sup>107</sup>

---

<sup>104</sup> Wawancara dengan Ibu Sriwantini selaku Konsumen Bus *Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI)* pada tanggal 28 April 2018

<sup>105</sup> Wawancara dengan Ibu Sriwantini selaku Konsumen Bus *Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI)* pada tanggal 28 April 2018

<sup>106</sup> Wawancara dengan Ibu Sriwantini selaku Konsumen Bus *Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI)* pada tanggal 28 April 2018

<sup>107</sup> Wawancara dengan Ibu Sriwantini selaku Konsumen Bus *Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI)* pada tanggal 28 April 2018

Selain penelitian melakukan wawancara terkait dengan kondisi bus dan supir bus peneliti juga melakukan wawancara terkait dengan kondektur bus Perusahaan Umum Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) dengan penumpang lainnya. Dari hasil wawancara diperoleh penjelasan bahwa kondentur bus dalam menjalankan tugasnya sudah sangat baik, penilaian baik ini dilihat dari penampilannya yang cukup rapi, cara bicaranya sopan santun dan orangnya juga sangat ramah.<sup>108</sup>

Kemudian peneliti melanjutkan wawancara kembali dengan konsumen terkait dengan ongkos bus Perusahaan Umum Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI), dari hasil wawancara diketahui bahwa menurut konsumen ongkos untuk jarak dari Metro tujuan Way Jepara sudah sangat sesuai karena keadaan bus nya bagus dan juga ber AC. Namun jika dirasakan dari pelayanannya ada yang kurang baik seperti cara supir mengemudi yang sering ngebut jika di jalan yang bagus, namun tiba-tiba ada jalan yang berlubang supir tidak menurunkan gasnya, tetapi menurut konsumen juga tidak mengetahui sebabnya hal ini dilakukan, ada kemungkinan karena supir sudah terlanjur ngebut sehingga tidak sempat mengerem dan ada juga kemungkinan karena supir mengejar waktu supaya sampai tujuan tepat waktu.<sup>109</sup>

Selanjutnya peneliti melakukan wawancara kembali dengan konsumen yang lain terkait dengan kepuasan konsumen pengguna bus Perusahaan

---

<sup>108</sup> Wawancara dengan Ibu Sriwantini selaku Konsumen Bus *Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI)* pada tanggal 28 April 2018

<sup>109</sup> Wawancara dengan Ibu Sriwantini selaku Konsumen Bus *Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI)* pada tanggal 28 April 2018

Umum Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI), dari hasil wawancara diketahui bahwa konsumen sudah merasa cukup puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak Perusahaan Umum Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI), namun tetap ada yang harus diperbaiki dari pelayanan yang sudah berjalan selama ini.<sup>110</sup>

Selanjutnya peneliti melakukan wawancara dengan Bapak Jatmiko selaku konsumen Bus Perusahaan Umum Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI), dari hasil wawancara diketahui bahwa pelayanan dari pihak loket yang diberikan sangat baik, pihak loket dalam berbicara sangat sopan dan juga menggunakan bahasa yang baik.<sup>111</sup> Bus Perusahaan Umum Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) sudah bersih, akan tetapi terkadang ada sampah belas makanan ringan seperti bungkus permen yang masih tertinggal di lantai bus.<sup>112</sup> Bus Perusahaan Umum Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) cukup bersih terlebih di dalamnya terlihat lebih bersih dari kondisi luar bus Perusahaan Umum Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) sudah terlihat sangat baik dan bagus.<sup>113</sup>

Terkait dengan cara supir mengumudikan bus Perusahaan Umum Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI), dari hasil

---

<sup>110</sup> Wawancara dengan Ibu Sriwantini selaku Konsumen Bus *Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI)* pada tanggal 28 April 2018

<sup>111</sup> Wawancara dengan Bapak Jatmiko selaku Konsumen Bus *Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI)* pada tanggal 28 April 2018

<sup>112</sup> Wawancara dengan Bapak Jatmiko selaku Konsumen Bus *Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI)* pada tanggal 28 April 2018

<sup>113</sup> Wawancara dengan Bapak Jatmiko selaku Konsumen Bus *Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI)* pada tanggal 28 April 2018



wawancara diketahui bahwa supir bus Perusahaan Umum Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) sudah baik dalam mengemudi tidak terlalu mengebut dan jika ada jalan yang berlubang selalu menurunkan kecepatannya.<sup>114</sup> Kondektur bus Perusahaan Umum Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) dalam menjalankan tugasnya sudah baik hal ini terbukti dari penampilannya yang rapi, cara bicaranya sopan.<sup>115</sup>

Perusahaan Umum Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) dari memberikan tarif ongkos untuk jarak dari Metro tujuan Way Jepara dirasa oleh konsumen sudah adil karena keadaan bus nya bagus dan juga ber AC.<sup>116</sup> Peneliti melanjutkan wawancara kembali dengan konsumen, dari hasil wawancara dipeoleh penjelasan bahwa konsumen sudah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak Perusahaan Umum Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI).<sup>117</sup>

Selanjutnya peneliti melakukan wawancara dengan konsumen yang lain, berdasarkan hasil wawancara diperoleh keterangan bahwa pihak loket dalam memberikan pelayanan sudah sangat baik.<sup>118</sup> Terkait dengan berkersihan Bus Perusahaan Umum Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) peneliti melanjutkan wawancara dengan Sofia, dari hasil wawancara diperoleh penjelasan bahwa kondisi Bus Perusahaan Umum

---

<sup>114</sup> Wawancara dengan Bapak Jatmiko selaku Konsumen Bus *Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI)* pada tanggal 28 April 2018

<sup>115</sup> Wawancara dengan Bapak Jatmiko selaku Konsumen Bus *Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI)* pada tanggal 28 April 2018

<sup>116</sup> Wawancara dengan Bapak Jatmiko selaku Konsumen Bus *Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI)* pada tanggal 28 April 2018

<sup>117</sup> Wawancara dengan Bapak Jatmiko selaku Konsumen Bus *Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI)* pada tanggal 28 April 2018

<sup>118</sup> Wawancara dengan Sofia selaku Konsumen Bus *Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI)* pada tanggal 29 April 2018

Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) selalu dalam keadaan bersih baik itu dari luar bus maupun di dalam bus, kerkecuali jika dalam musih hujan bus sering terlihat kotor.<sup>119</sup>

Sebagai seorang konsumen pemakai jasa transportasi sudah pasti menginginkan hal yang terbaik diantaranya keamanan dan kenyamanan dalam perjalanan. Peneliti melanjutkan wawancara, dari hasil wawancara diperoleh penjelasan supir dalam mengemudikan kendaraan sudah sangat baik.<sup>120</sup> Ongkos Metro tujuan Way Jepara sudah cukup sesuai dengan jarak tempuhnya dan juga sesuai dengan kondisi Bus Perusahaan Umum Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) yang bagus dan ber AC.<sup>121</sup>

#### **F. Kepuasan Konsumen terhadap Pelayanan Perusahaan Umum Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) Cabang Metro dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam**

Kebijakan Publik merupakan pola pengambilan keputusan oleh pemerintah sebagai bentuk pelayanan terhadap pemenuhan dan kebutuhan masyarakat dalam penyelenggaraan negara. Menurut Kepmenpan No.63/KEP/M.PAN/7/2003, kebijakan publik adalah segala kegiatan pelayanan yang dilaksanakan oleh penyelenggara pelayanan publik sebagai upaya pemenuhan kebutuhan penerima pelayanan maupun pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan. Sehingga setiap bentuk pelayanan

---

<sup>119</sup> Wawancara dengan Sofia selaku Konsumen Bus *Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI)* pada tanggal 29 April 2018

<sup>120</sup> Wawancara dengan Sofia selaku Konsumen Bus *Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI)* pada tanggal 29 April 2018

<sup>121</sup> Wawancara dengan Sofia selaku Konsumen Bus *Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI)* pada tanggal 29 April 2018

yang terimplementasi di lapangan adalah wujud dari proses bagaimana pemerintah mengambil keputusan.

Transportasi umum merupakan salah satu bentuk pelayanan yang menjadi kewajiban pemerintah dalam memenuhi kebutuhan mobilisasi masyarakat. Bentuk implementasi konkrit kebijakan baru pemerintah dalam transportasi umum perkotaan sebagai upaya mengatasi kemacetan dan mereformasi transportasi umum. Keberadaan Bus Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) sebagai penerapan kebijakan publik tidak lepas dari representasi sejarah perkembangan model birokrasi pemerintah. Hal ini diangkat karena pada realitasnya keberadaan Bus Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) menuai banyak kontroversi di masyarakat yaitu dari sisi ketidaksesuaian konsep awal (konsep ideal) Bus Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) dengan penerapan di lapangan.

Berdasarkan hasil penelitian, dimensi Bukti Langsung yang terdiri dari atribut Fasilitas fisik, atribut Kelengkapan/peralatan, atribut Kesesuaian peralatan serta Penampilan staf perlu diperbaiki. Hal lain yang perlu perbaikan di antaranya adalah keadaan halte, penting bagi perusahaan Bus Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) untuk membenahi keadaan halte Bus Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) terutama yang mengalami banyak kerusakan bahkan yang belum ada halte khusus bagi para konsumen.

Berdasarkan hasil wawancara dengan konsumen yang merasa kurang puas dengan fasilitas Bus Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) menunjukkan bahwa konsumen merasa fasilitas yang terkait dengan keadaan bus yang disediakan sangat penting karena terkait dengan ruang yang cukup untuk mengangkut penumpang sehingga penumpang tidak perlu berdesakan di dalam Bus Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI). Oleh karena itu, dalam hal ini pihak Bus Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) perlu meningkatkan fasilitas keadaan di dalam Bus Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) agar tidak membuat jenuh dan pengap misalnya dengan membatasi jumlah penumpang yang naik ke dalam Bus Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) atau menambah armada Bus Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI). Keadaan didalam Bus harus diperhatikan seperti kebersihan dan kerapiahannya.

Selanjutnya konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak Bus Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI), dari mulai petugas loket, dimana penutas loket dalam melayani konsumen sangat sabar dan petugas loket juga selalu memberikan penjelasan tentang hal-ha yang terkait dengan Bus Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI). Kemudian pada supir bus, konsumen juga merasa puas dengan cara supir mengemudikan kendaraan selalu berhati-hati, tidak mengebut dalam perjalanan terutama pada jalan-jalan yang kurang bagus. Kepada kodektur konsumen juga pera puas dengan cara pemberian pelayanannya, kondektur

perpenampilan rapi tidak bau, kondektur dalam bertutur sapa cukup sopan, kondektur tidak sombong serta dari kebersihan Bus Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) konsumen sudah puas dengan kebersihan di dalam bus.

Etika bisnis Islam merupakan penerapan etika dalam menjalankan kegiatan bisnis. Tujuan bisnis yaitu memperoleh keuntungan tetapi harus berdasarkan norma-norma hukum yang berlaku. Jika menurut norma hukum yang tertuang dalam berbagai peraturan dinyatakan tidak boleh, maka pelaku bisnis tidak boleh melakukannya.<sup>122</sup>

Etika bisnis Islam dalam berbisnis merupakan salah satu rambu yang seharusnya menjadi tolak ukur untuk memiliki perilaku pembisnis agar semua pihak termasuk masyarakat yang tidak ikut transaksi terjaga hak dan kepemilikannya, dan etika bisnis Islam merupakan penerapan prinsip-prinsip Islam yang bersumber dari Al-Quran.

Berdasarkan pemaparan tersebut di atas, dapat terlihat jelas bahwa pelayanan yang diberikan oleh pihak Bus Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) tersebut sesuai dengan perspektif etika bisnis Islam. Hal ini dapat terlihat pada hasil wawancara menunjukkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam sebagai berikut:

1. Tauhid

Tauhid ini memadukan keseluruhan aspek kehidupan muslim baik dalam bidang ekonomi dan sosial secara menyeluruh. Prinsip tauhid ini

---

<sup>122</sup> Suyadi Prawirosentoso, *Pengantar Bisnis Modern*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2007), h. 3

mengajarkan manusia tentang bagaimana mengetahui keEsaan Allah SWT. Sehingga terdapat konsekuensi bahwa keyakinan terhadap segala sesuatu hendaknya berawal dan berakhir hanya kepada Allah SWT. Niat merupakan salah satu hal yang sangat penting dalam menentukan baik buruk atau ada tidaknya sesuatu dalam konteks bisnis.

Pelayanan Bus Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) dalam menjalankan tugasnya sudah memiliki niat yang besar dan memiliki keyakinan terhadap segala sesuatu hendaknya berawal dan berakhir kepada Allah SWT.

## 2. Keadilan

Keadilan ekonomi dalam Islam mengharuskan setiap orang untuk mendapatkan haknya dan tidak mengambil hak orang lain. Konsumen Bus Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) merupakan salah satu pengguna jasa Bus Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI).

Sebagai seorang konsumen mempunyai hak memperoleh keadilan dari pemilik usaha Bus Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI), seperti keamanan, kenyamanan dalam bus, keadilan dari segi biaya transportasi. Apabila dilihat dari sisi pemberian pelayanan kepada masyarakat pada umumnya menganut prinsip fungsionalisasi yaitu setiap instansi pemerintah berperan selaku penanggung jawab utama atas terselenggaranya fungsi tertentu, dan perlu bekerja secara terkoordinasi dengan instansi lain.

Transportasi umum merupakan salah satu bentuk pelayanan yang menjadi kewajiban pemerintah dalam memenuhi kebutuhan mobilisasi masyarakat. Bentuk implementasi konkrit kebijakan baru pemerintah dalam transportasi umum perkotaan sebagai upaya mengatasi kemacetan dan mereformasi transportasi umum. Keberadaan Bus Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) sebagai pengejawantahan kebijakan publik tidak lepas dari representasi sejarah perkembangan model birokrasi pemerintah.

Norma-norma yang diatur oleh syariah terkait dengan usaha layanan jasa diarahkan untuk kebaikan umat (*khoirul ummat*) dan tidak merugikan satu dengan lainnya. Firman Allah dalam surah Asy-Syu'ara ayat 183 menyebutkan:



*Artinya: Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan. (QS. Asy-Syu'ara:183).<sup>123</sup>*

Ayat di atas berbicara tentang larangan bagi seorang muslim untuk melakukan suatu aktivitas yang dapat merugikan orang lain, baik dalam kehidupan sehari-hari maupun dalam menjalankan suatu usaha. Salah satu unsur yang dapat merugikan pengguna jasa adalah unsur pelayanan. Setiap pengguna jasa menginginkan pelayanan yang baik dan maksimal, terutama terkait dengan pelayanan jasa transportasi, karena buruknya pelayanan

---

<sup>123</sup> QS. Asy-Syu'ara, (26) : 183.

transportasi yang diberikan akan berdampak langsung pada diri pengguna jasa.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa pihak Bus Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) sudah memberikan keadilan kepada konsumen, seperti ongkos yang harus di bayar oleh konsumen kepada pihak bus sudah sesuai dengan kondisi kendaraannya. Namun terkadang ketepatan waktu datangnya bus masih tidak tepat waktu.

Dari sinilah dapat dilihat bahwa etika bisnis Islam mencoba membuat kompromi antara konsumen dengan pihak Bus Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI). Prinsip utama pemberian pelayanan di dalam etika bisnis Islam adalah keadilan. Keadilan yang dimaksud di sini adalah pemenuhan hak konsumen untuk mendapatkan keamanan, kenyamanan selama dalam perjalanan. Tidak boleh di dalam keadilan Islam, seorang konsumen pengguna jasa transportasi sudah membayar ongkos yang sudah sesuai dengan yang telah ditetapkan namun pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan yang diharapkan dan tidak sesuai dengan standar operasional prosedur dari perusahaannya.

Keadilan yang harus ditegakkan dalam masyarakat adalah terlaksananya kehidupan atas dasar keseimbangan, yang kuat menolong yang lemah, yang kaya menolong yang miskin, sebaliknya yang lemahpun mendukung tegaknya keadilan dengan jalan yang baik, bukan merongrong yang kaya. Kewajiban Negara dalam hal ini adalah mengatur agar



kehidupan atas dasar keseimbangan itu benar-benar dapat terlaksana dalam masyarakat.

### 3. Kehendak Bebas

Pandangan Islam manusia terakhir memiliki kehendak bebas, yakni dengan potensi menentukan pilihan diantara pilihan yang beragam. Maka dia juga memiliki kebebasan untuk mengambil keputusan yang salah dan kebebasan adalah syarat mutlak agar manusia dapat berfikir secara etis.

Kehendak bebas menurut perspektif ekonomi Islam itu mempunyai arti bahwa setiap manusia yang diciptakan oleh Allah diberikan pada manusia itu sendiri hak-hak dan kewajiban untuk mengelolanya dengan bebas tentunya dengan mengetahui batasan-batasan yang harus dipatuhi dalam Islam.

Konsumen mempunyai kebebasan dalam memilih alat transportasi yang disukainya. Semua konsumen pada dasarnya memilih transportasi yang bagus, nyaman, aman dan mempunyai pelayanan yang baik kepada konsumen. Konsumen menilai pelayanan yang baik dan kenyamanan dalam kendaraan umum melihat dari pelayanan yang diberikan oleh pihak Bus Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) seperti dari segi supir, jika supir mengemudikan kendaraan tidak kebut-kebutan konsumen akan merasa aman dalam perjalanan, begitu juga dari segi pelayanan yang diberikan oleh kondektur, seperti kondektur berpenampilan rapi, berbicara dengan sopan. Sedangkan kenyamanan yang dinilai oleh konsumen dari segi kebersihan bus, kondisi bus yang masih

bagus atau sudah rusak. Konsumen akan lebih merasa nyaman apabila bus dalam kondisi bersih rapi tidak kotor.

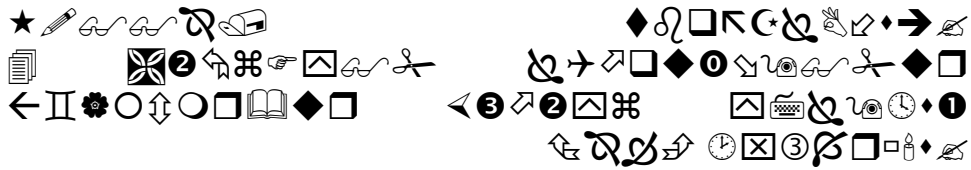
#### 4. Tanggung Jawab

Tanggung jawab merupakan sifat terpuji yang mendasar dalam diri manusia. Selaras dengan fitrah, tetapi juga bisa tergeser oleh faktor eksternal. Setiap individu memiliki sifat ini akan semakin baik bila kepribadian orang tersebut semakin meningkat.

Dalam konteks pemberian pelayanan kepada konsumen merupakan tanggung jawab bagi pihak penyedia jasa transportasi Bus Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI). Namun demikian, bukan berarti penyedia jasa transportasi supir khususnya mengemudikan kendaraan dengan semaunya sendiri tanpa mementingkan kenyamanan, keamanan dan keselamatan konsumen.

Dari sisi lain dapat juga diperhatikan tentang kedudukan pemerintah sebagai pengatur masyarakat. Sejarah pemerintah Islam menjelaskan bahwa khalifah atau kepala negara tidak berpangku tangan, dan ketinggalan untuk membuat perundang-undangan langsung dari Al-Qur'an dan As-Sunnah maupun dengan Ijtihad, bila kemaslahatan umum memang menghendaki demikian. Sebagaimana Firman Allah SWT:





*Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, taatilah Allah dan taatilah Rasul (Nya), dan ulil amri di antara kamu. kemudian jika kamu berlainan Pendapat tentang sesuatu, Maka kembalikanlah ia kepada Allah (Al-Qur’an) dan Rasul (sunnah-Nya), jika kamu benar-benar beriman kepada Allah dan hari kemudian. yang demikian itu lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya”. (QS. An-Nisa’: 59.<sup>124</sup>*

Berdasarkan nash tersebut maka segala bentuk hukum, peraturan sebagai kebijaksanaan yang dibuat oleh pemerintah bersifat mengikat, ia wajib ditaati oleh semua lapisan masyarakat, selama produk kebijaksanaanya secara substansi tidak bertentangan dengan etika bisnis Islam. Sebagaimana di ketahui, produk hukum pada dasarnya merupakan artikulasi dari keinginan masyarakat yang ada.

Tanggung jawab juga berperan penting dalam suatu usaha, terutama tanggung jawab seorang pemimpin terhadap bawahan dan kepada pelanggan, karena hilangnya suatu tanggung jawab dapat merusak kepercayaan seseorang untuk tetap berhubungan dengan satu sama lainnya, dalam hal itu apabila tidak adanya tanggung jawab suatu usaha mendapatkan kegagalan.

Bus Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) sudah menetapkan peraturan yang harus dilaksanakan saat melakukan pelayanan. Pelayanan Bus Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) sudah dilakukan oleh para pegawai, dalam hal ini para pegawai

---

<sup>124</sup> Q.S. An-Nisa’ (4): 59.

sudah mematuhi peraturan yang telah ditetapkan oleh pihak Bus Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) dengan bersikap baik, sopan, berpenampilan rapi. Tanggung jawab yang diberikan oleh Bus Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) yaitu tanggung jawab keselamatan konsumen selama dalam perjalanan

Tanggungjawab yang diberikan oleh pihak loket terbukti dari cara petugas loket memberikan pelayanan kepada konsumen, memberikan penjelasan kepada konsumen terkait dengan tujuan perjalanan konsumen. Dari pihak supir sudah bertanggungjawab, supir mengemudikan kendaraan cukup berhati-hati, hal ini membuktikan bahwa supir bertanggung jawab terhadap keselamatan konsumen. Dari pihak kondektur juga sudah bertanggung jawab atas apa yang sudah ditetapkan oleh perusahaan terhadap pemberian pelayanan kepada konsumen, kondektur selalu bersikap ramah, berpenampilan rapi, dalam menjalankan tugasnya.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat peneliti simpulkan bahwa konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak Bus Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) yang sudah sesuai dengan etika bisnis Islam. Pelayanan yang diberikan dari pihak Bus Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) kepada konsumen sudah memiliki niat yang besar dan memiliki keyakinan terhadap segala sesuatu hendaknya berawal dan berakhir kepada Allah SWT. Pemberian pelayanan di dalam etika bisnis Islam adalah keadilan, etika bisnis Islam membuat kompromi antara konsumen dengan pihak Bus Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI). Prinsip utama keadilan pemenuhan hak konsumen untuk mendapatkan keamanan, kenyamanan selama dalam menggunakan jasa transportasi.

Hasil penelitian menunjukkan konsumen merasa puas dengan pelayanan dari pihak DAMRI. Dari bagian loket dalam memberikan pelayanan kepada konsumen sudah cukup baik. Dari pihak supir, konsumen juga merasa puas dari cara supir mengemudikan bus tidak ngebut-ngebutan, supir selalu berhati-hari dan apabila ada jalan yang rusak supir selalu menurunkan kecepatan laju kendaraannya. Dari pihak kondektur, pelayanan

yang diberikan sudah sangat baik hal ini terbukti dari cara kondektur bicara penuh kesopansan.

## **B. Saran**

Adapun saran-saran yang dapat penulis sampaikan adalah sebagai berikut :

1. Kepada pihak Bus Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) untuk selalu berinovasi dalam meningkatkan pelayanan dan fasilitas Armada.
2. Pihak Bus Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) harus selalu memperbaiki pelayanan dan fasilitas yang disediakan sehingga seluruh operasionalnya sesuai dengan etika bisnis Islam.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afzalur Rahman, *Doktrin Ekonomi Islam*, Yogyakarta: PT. Dana Bhakti Wakaf, 2005
- Agus Arijanto, *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*, Jakarta: Raja Grafindo, 2011
- Ahmad M. Saefuddin, *Studi Nilai-Nilai Sistem Ekonomi Islam*, Jakarta: Media Da'wah dan LIPPM
- Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syari'ah*, Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2009
- Burhanuddin Salam, *Etika Sosial Asas Moral Kehidupan Manusia*, Jakarta: Rineka Cipta, 2002
- Deddy Mulyadi. Dkk, *Administrasi Publik dan Pelayanan Publik*, Bandung: Alfabeta, 2016
- Departemen Agama RI, *Al-qur'an dan Terjemahnya*, Bandung: CV. Diponegoro, 2015
- Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 2002
- Donni Juni Priansa, *Prilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, Bandung: Alfabeta, 2017
- Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi Offset, 2008
- \_\_\_\_\_, *Total Quality Management*, Yogyakarta: Andi Offset, 2005
- \_\_\_\_\_, *Manajemen Jasa*, Edisi I, Yogyakarta. Penerbit Andi Offset, 2004
- \_\_\_\_\_, *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*, Yogyakarta: Andi Offset, 2000
- \_\_\_\_\_, *Service Management mewujudkan Layanan Prima*, Yogyakarta: Andi, 2008
- Husain Usman dan Purnomo Setiady Akbar, *Metode Penelitian Sosial*, Jakarta: Bumi Aksara, 2011
- Ibrahim Lubis, *Ekonomi Islam Suatu Pengantar 2*, Jakarta: Kalam Mulia, 1995

- Keller, Lane Kevin dan Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Indeks, 2007
- Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, Ed.Revisi, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2009
- M. Nur Nasution, *Manajemen Jasa Terpadu*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2005
- Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*, Jakarta: Bumi Aksara, 2006
- Muhammad, *Ekonomi Islam*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2008
- \_\_\_\_\_, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, Jakarta: Rajawali Pers, 2008
- Muhammad, *Paradigma, Metodologi dan Aplikasi Ekonomi Syariah*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008
- Muhammad, R Lukman Fauroni, *Visi Al- Quran Tentang Etika Dan Bisnis*, Salemba Diniyah, 2004
- Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Bisnis Syariah dan Kewirausahaan*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2013
- Nina Rahmayanti, *Manajemen Pelayanan Prima*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010
- Pedoman Penulisan Karya Ilmiah, Edisi Revisi, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2016
- Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Gramedia Pustaka, 2000
- \_\_\_\_\_, *Dasar-Dasar Pemasaran*, Jakarta: Prenhallindo, 2005
- \_\_\_\_\_, *Manajemen Pemasara : Analisis, perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*, Jakarta: Salemba Empat, 2000
- \_\_\_\_\_, *Manajemen Pemasaran Jasa Di Indonesia, Analisis Perencanaan, Implementasi dan pengendalian*, Jakarta: Salemba Empat, 2000
- \_\_\_\_\_, *Manajemen Pemasaran Jasa Di Indonesia, Analisis Perencanaan, Implementasi dan pengendalian*, Jakarta: Salemba Empat, 2000
- \_\_\_\_\_, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Indeks, 2007
- Rafik Issa Beekum, *Etika Bisnis Islam*, Terj. Muhammad, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004



- Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa : Teori dan Pratek*, Jakarta: PT. Salemba Empat, 2004
- Raminto dan Atik Septi Winarsih, *Manajemen Pelayanan*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016
- Rangkuti, *Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2003
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Cet. 16, Bandung: Alfabeta, 2012
- Sutrisno Hadi, *Metodologi Reasearch Jilid 1*, Yogyakarta: UGM, 1994
- Suyadi Prawirosentoso, *Pengantar Bisnis Modern*, Jakarta: Bumi Aksara, 2007
- W.J.S. Poerwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 2005



**PERUSAHAAN UMUM DAMRI  
( PERUM DAMRI )  
KANTOR CABANG LAMPUNG**

Jl. Kapt. A. Haq No. 28  
Rajabasa - Bandar Lampung  
Kode Pos 35144

Telp. : 0721 - 703241 / 706532  
Fax. : 0721 - 782419 / 703088  
Sms : 0813 7777 4911

Email : lampung.damri@yahoo.co.id  
www : damri.lampung.co.id

Hal Izin Research

Kepada :  
**Yth. Dekan Institut Agama Islam Negeri Metro**  
**Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum**  
Di -

Tempat

Dengan hormat,

Menindaklanjuti Surat No. 0620/In.28/D.1/TL.01/03/2018 tertanggal 29 Maret 2018 tentang permohonan izin penelitian untuk Mahasiswa/i Ibu, atas nama :

Nama lengkap : **Nurjanah**  
NPM : 13103734  
Jurusan : Ekonomi Syari'ah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Bahwa nama tersebut di atas telah melaksanakan penelitian/research pada Perusahaan Umum (PERUM DAMRI) Kantor Cabang Lampung pada tanggal 25-27 April 2018.

Adapun selama melaksanakan penelitiannya, yang bersangkutan melaksanakan tugasnya dengan baik dan penuh tanggungjawab.

Demikian surat keterangan ini dibuat, untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 30 April 2018  
An. Manajer Perum DAMRI



  
**Niken Mulvati, A.Md**

Tembusan  
"Arsip."



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296;  
Website: [www.metrouniv.ac.id](http://www.metrouniv.ac.id); email: [iaimetro@metrouniv.ac.id](mailto:iaimetro@metrouniv.ac.id)

Nomor : B-156a/ln.28/FEBI/PP.00.9/05/2017

03 Mei 2017

Lampiran :-

Perihal : **Pembimbing Skripsi**

Kepada Yth:

1. Dr. Suhairi, S.Ag.,MH
  2. Nizaruddin, S.Ag.,MH
- di - Metro

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Dalam rangka membantu mahasiswa dalam penyusunan Proposal dan Skripsi, maka Bapak/Ibu tersebut diatas, ditunjuk masing-masing sebagai Pembimbing I dan II Skripsi mahasiswa :

Nama : Nurjanah  
NPM : 13103734  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi Syariah (Esy)  
Judul : Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Angkutan Umum Perspektif Etika Bisnis Islam (Study Kasus Pada Perum Damri Metro)

Dengan ketentuan :-

1. Pembimbing, membimbing mahasiswa sejak penyusunan Proposal sampai selesai Skripsi:
  - a. Pembimbing I, mengoreksi out line, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi setelah pembimbing II mengoreksi.
  - b. Pembimbing II, mengoreksi proposal, out line, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi, sebelum ke Pembimbing I.
2. Waktu penyelesaian Skripsi maksimal 4 (empat) semester sejak SK bimbingan dikeluarkan.
3. Diwajibkan mengikuti pedoman penulisan karya ilmiah yang dikeluarkan oleh LP2M Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
4. Banyaknya halaman Skripsi antara 40 s/d 70 halaman dengan ketentuan :
  - a. Pendahuluan  $\pm$  2/6 bagian.
  - b. Isi  $\pm$  3/6 bagian.
  - c. Penutup  $\pm$  1/6 bagian.

Demikian disampaikan untuk dimaklumi dan atas kesediaan Saudara diucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*



niya Ninsiana, M.Hum  
7209232000032002



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296;  
Website [www.metrouniv.ac.id](http://www.metrouniv.ac.id); email [iaimetro@metrouniv.ac.id](mailto:iaimetro@metrouniv.ac.id)

Nomor : B-631/In.28/FEBI/PP.00.9/07/2017

Metro, 17 Juli 2017

Lampiran :-

Perihal : **Izin Pra Survey**

Kepada Yth,  
Kepala Perum Damri Kota Metro  
di- Tempat

*Assalamu'alaikum Wr.Wb.*

Dalam rangka penyusunan Proposal Skripsi mahasiswa kami:

Nama : Nurjanah  
NPM : 13103734  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan/Prodi : Ekonomi Syariah  
Judul : Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Angkutan Umum Perspektif Etika Bisnis Islam ( Study Kasus Pada Perum Damri Metro ).

Mohon kiranya Bapak/Ibu berkenan memberikan izin kepada mahasiswa tersebut untuk melakukan pra survey dalam rangka penyusunan Proposal Skripsi yang dimaksud.

Demikian disampaikan untuk dimaklumi dan atas kesediaan Saudara diucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb.*



Dekan,

De. Wdhiya Ninsiana, M.Hum

197209232000032002



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Inggimulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.fabi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iaim@metrouniv.ac.id

Nomor : 0621/In.28/D.1/TL.00/03/2018  
Lampiran : -  
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,  
Pimpinan Perusahaan Umum  
(PERUM) Damri Cab. Metro  
di-  
Tempat

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: 0620/In.28/D.1/TL.01/03/2018,  
tanggal 29 Maret 2018 atas nama saudara:

Nama : **NURJANAH**  
NPM : 13103734  
Semester : 10 (Sepuluh)  
Jurusan : Ekonomi Syariah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di Perusahaan Umum (PERUM) Damri Cab. Metro, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PELAYANAN ANGKUTAN UMUM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (STUDI KASUS PADA PERUSAHAAN UMUM DJAWATAN ANGKUTAN MOTOR REPUBLIK INDONESIA (DAMRI) CABANG METRO)",

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*



Metro, 29 Maret 2018  
Wakil Dekan I,

*H.M. Saleh MA*  
Drs. H.M. Saleh MA  
NIP 19650111 199303 1 001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47298, Website: www.febi.metrouniv.ac.id, e-mail: febi.iaim@metrouniv.ac.id

**SURAT TUGAS**

Nomor: 0620/In.28/D.1/TL.01/03/2018

Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro,  
menugaskan kepada saudara:

Nama : **NURJANAH**  
NPM : 13103734  
Semester : 10 (Sepuluh)  
Jurusan : Ekonomi Syariah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di Perusahaan Umum (PERUM) Damri Cab. Metro, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PELAYANAN ANGKUTAN UMUM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (STUDI KASUS PADA PERUSAHAAN UMUM DJAWATAN ANGKUTAN MOTOR REPUBLIK INDONESIA (DAMRI) CABANG METRO)".
  2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro  
Pada Tanggal : 29 Maret 2018



Mengetahui,  
Pejabat Setempat

*[Handwritten Signature]*  
KURNIAATI A.M.S



Wakil Dekan I,

*[Handwritten Signature]*  
Drs. H.M. Saleh MA  
NIP. 19650111 199303 1 004



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
UNIT PERPUSTAKAAN**

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Inringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
M E T R O Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iaim@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA  
Nomor : P-0390/In.28/S/OT.01/06/2018**

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : NURJANAH  
.NPM : 13103734  
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2017 / 2018 dengan nomor anggota 13103734.

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas dari pinjaman buku Perpustakaan dan telah memberi sumbangan kepada Perpustakaan dalam rangka penambahan koleksi buku-buku Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 25 Juni 2018  
Kepala Perpustakaan,



Drs. Mokhammad Sudin, M.Pd.  
NIP. 195808311981031001

**KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PELAYANAN ANGKUTAN  
UMUM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM  
(Studi Kasus pada Perusahaan Umum Djawatan Angkutan Motor Republik  
Indonesia (DAMRI) Cabang Metro)**

HALAMAN JUDUL

HALAMAN ABSTRAK

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN ORISINILITAS PENELITIAN

HALAMAN MOTTO

HALAMAN PERSEMBAHAN

HALAMAN KATA PENGANTAR

HALAMAN DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR LAMPIRAN

**BAB I      PENDAHULUAN**

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Pertanyaan Penelitian
- C. Tujuan dan Manfaat Penelitian
- D. Penelitian Relevan

**BAB II     LANDASAN TEORI**

- A. Kepuasan Konsumen
  - 1. Pengertian Kepuasan Konsumen
  - 2. Faktor-faktor Kepuasan Konsumen.
  - 3. Mengukur Kepuasan Konsumen
- B. Pelayanan Konsumen
  - 4. Pengertian Pelayanan Konsumen



5. Faktor Pendukung Pelayanan

6. Penyusunan Rancangan Standar Pelayanan

C. Etika Bisnis Islam

1. Pengertian Etika Bisnis Islam

2. Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam

BAB III METODE PENELITIAN

E. Jenis dan Sifat Penelitian

F. Sumber Data

G. Teknik Pengumpul Data

H. Teknik Analisis Data

BAB IV HASIL PENELITIAN

G. Deskripsi Data

7. Sejarah Singkat Perusahaan Umum Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) Cabang Metro

8. Visi dan Misi Perusahaan Umum Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) Cabang Metro

9. Struktur Organisasi Perusahaan Umum Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) Cabang Metro

H. Pelayanan konsumen Perusahaan Umum Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) Cabang Metro

I. Kepuasan konsumen terhadap pelayanan Perusahaan Umum Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) Cabang Metro dalam tinjauan etika bisnis Islam

BAB V PENUTUP

C. Kesimpulan

D. Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN  
DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Metro, November 2017  
Penulis

**Nurjanah**  
NPM. 13103734

Pembimbing I

Metro, November 2017  
Pembimbing II

**Dr. Suhairi, S.Ag., MH**  
NIP. 196721001 199903 1 003

**Nizaruddin, S.Ag.,M.H**  
NIP. 19740302 199903 1 001

**ALAT PENGUMPUL DATA (APD)**

**KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PELAYANAN ANGKUTAN  
UMUM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM  
(Studi Kasus pada Perusahaan Umum Djawatan Angkutan Motor  
Republik Indonesia (DAMRI) Cabang Metro)**

**A. Wawancara**

**1. Wawancara dengan Pegawai Perusahaan Umum Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI)**

**a. Wawancara dengan Supir Bus Perusahaan Umum Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI)**

- 1) Bagaimana cara Bapak dalam menjaga kepuasan konsumen yang menggunakan jasa Bus Perusahaan Umum Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) ?
- 2) Dalam mengemudikan kendaraan dengan berpenumpang yang cukup banyak, apakah Bapak mementingkan keselamatan penumpang di bandingkan dengan mengejar waktu ?
- 3) Dalam perawatan Bus Perusahaan Umum Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI), apakah ada perlakuan khusus yang Bapak lakukan demi kenyamanan penumpang ?
- 4) Apakah Bapak selalu mengecek keadaan Bus Perusahaan Umum Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) sebelum memulai perjalanan ?
- 5) Jika ada penumpang menyetop di perjalanan (bukan di loket), apakah bapak menaikkan penumpang tersebut ?
- 6) Jika Bus Perusahaan Umum Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) yang menempuh rute jarak jauh, setelah berhenti di tempat peristirahatan, apakah bapak selalu mengecek keberadaan penumpang, sebelum berangkat kembali ?

**b. Wawancara dengan Kondektur Bus Perusahaan Umum Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI)**

- 1) Sebagai seorang kondektur, apakah Bapak menjaga sikap sopan santun kepada penumpang Bus Perusahaan Umum Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) ?
- 2) Penumpang Bus Perusahaan Umum Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) dari Kota Metro dengan tujuan Way Jepara Lampung Timur, apakah pembelian tiket diharuskan di loket Bus Perusahaan Umum Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) ataukah membayar langsung di dalam Bus Perusahaan Umum Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) ?
- 3) Bagaimana cara Bapak menarik ongkos dari penumpang ?
- 4) Ketika ada penumpang yang membayar dengan uang lebih, apakah Bapak mengembalikan kelebihan sesuai dengan yang seharusnya ?
- 5) Bagaimana sikap Bapak jika ada salah satu penumpang ada yang komplain tentang keadaan Bus Perusahaan Umum Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) ?
- 6) Bagaimana sikap Bapak ketika ada komplain dari penumpang terkait dengan pelayanan yang diberikan oleh Supir maupun oleh Kondektur Bus Perusahaan Umum Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) ?
- 7) Dalam perawatan Bus Perusahaan Umum Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI), apakah ada perlakuan khusus yang Bapak lakukan demi kenyamanan penumpang ?
- 8) Apakah Bapak selalu mengecek keadaan Bus Perusahaan Umum Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) sebelum memulai perjalanan ?

9) Jika ada penumpang menyetop di perjalanan (bukan di loket), apakah bapak menaikkan penumpang tersebut ?

10) Jika Bus Perusahaan Umum Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) yang menempuh rute jarak jauh, setelah berhenti di tempat peristirahatan, apakah bapak selalu mengecek keberadaan penumpang, sebelum berangkat kembali ?

**c. Wawancara dengan Petugas Loket Bus Perusahaan Umum Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI)**

1) Apakah penumpang rute Metro-Way Jepara diharuskan membeli tiket di loket resmi Bus Perusahaan Umum Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) ?

2) Apakah penumpang rute Metro-Way Jepara selalu membeli tiket di loket Bus Perusahaan Umum Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI)

3) Apakah ada perbedaan antara pembelian tiket rute Way Jepara-Metro dengan Way Jepara-Bandar Lampung ?

4) Apakah harga tiket di loket resmi Bus Perusahaan Umum Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) berbeda dengan penumpang yang membeli tiket di dalam bus ?

**2. Wawancara dengan Konsumen Bus Perusahaan Umum Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI)**

1. Bagaimana menurut anda tentang Bus Perusahaan Umum Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) ?

2. Apakah pelayanan di loket Bus Perusahaan Umum Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) sudah baik ?

3. Bagaimanakah menurut anda tentang kebersihan di dalam Bus Perusahaan Umum Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) ?
4. Bagaimana menurut anda tentang keadaan fisik Bus Perusahaan Umum Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) ?
5. Bagaimana menurut anda tentang supir bus Perusahaan Umum Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) dalam mengemudikan kendaraan ?
6. Apakah menurut anda pelayanan yang diberikan oleh kondektur Bus Perusahaan Umum Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) sudah mencerminkan etika dalam bisnis Islam ?
7. Ongkos / uang tiket, apakah sudah sesuai dengan jarak tempuh dan pelayanan yang diberikan ?
8. Apakah anda sudah merasa puas terhadap pelayanan Bus Perusahaan Umum Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI), jelaskan?

## **B. Dokumentasi**

1. Dokumentasi tentang sejarah berdirinya Perusahaan Umum Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) Cabang Metro.
2. Dokumentasi tentang jumlah pegawai Perusahaan Umum Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) Cabang Metro.
3. Dokumentasi tentang bagan struktur organisasi Perusahaan Umum Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia (DAMRI) Cabang Metro.

Metro, April 2018  
Penulis

**Nurjanah**  
NPM. 13103734

Pembimbing I

Metro, Februari 2018  
Pembimbing II

**Dr. Suhairi, S.Ag., MH**  
NIP. 196721001 199903 1 003

**Nizaruddin, S.Ag., M.H**  
NIP. 19740302 199903 1 001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Kl. Haji Dewantara Kalimas 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41307; Faksimil (0725) 47298; Website: www.syahiah.metrouniv.ac.id; e-mail: syahiah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Nurjanah  
NPM : 13103734

Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam /ESy  
Semester / TA : IX/ 2017-2018

No	Hari / Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Senin 28/2018		<ul style="list-style-type: none"><li>- Dgn dibuat sub sendiri wawancara</li><li>- Di diskripsikan dan Menyatukan dengan sub pelayanan</li><li>- APD belum terjawab semua.</li><li>- Arahannya di perbaiki kembali</li></ul>	

Dosen Pembimbing II

Mahasiswa Ybs,

Nizaruddin, S.Ag., MH  
NIP. 19740302 199903 1 001

Nurjanah  
NPM. 13103734





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jln. KH. Dewantara 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 website:www.metro.univ.ac.id. e-mail iain@metrouniv. ac.id.

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Nurjanah  
NPM : 13103734

Fakultas/Jurusan : Syari'ah dan Ekonomi Islam (ESY)  
Semester / TA : VIII / 2017/2018

No	Hari Tanggal	Pembimbing I	Hal-hal Yang Dibicarakan/Bimbingan Yang Diberikan	Tanda Tangan
	Selasa, 03/10/17	✓	- Ade Bab 14 - X - Ade Abstrak & Motto	

Dosen Pembimbing I

**Dr. Suhairi, S.Ag., MH**  
NIP. 196721001 19903 1 003

Mahasiswa Ybs,

**Nurjanah**  
NPM. 13103734



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jln. KH. Dewantara 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 website: www.metro.univ.ac.id. e-mail iain@metrouniv.ac.id.

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Nurjanah  
NPM : 13103734

Fakultas/Jurusan : Syari'ah dan Ekonomi Islam (ESY)  
Semester / TA : VIII / 2017/2018

No	Hari Tanggal	Pembimbing I	Hal-hal Yang Dibicarakan/Bimbingan Yang Diberikan	Tanda Tangan
	Senin 2/7-18	✓	- Abstrak pembuka. Lembar kata. Tjw Daftar mufassat - Motto tidak relevan gaya. daya arg kebutuhan pelayanan / tanggung jawab / bentuk cara lpb arg lan.	

Dosen Pembimbing I

Dr. Suhair, S.Ag., MH  
NIP. 19621001 199903 1 003

Mahasiswa Ybs,

Nurjanah  
NPM. 13103734



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jln. KH. Dewantara 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 website: www.metro.univ.ac.id. e-mail iain@metrouniv. ac.id.

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Nurjanah  
NPM : 13103734


Fakultas/Jurusan : Syari'ah dan Ekonomi Islam (ESY)  
Semester / TA : VIII / 2017/2018

No	Hari Tanggal	Pembimbing I	Hal-hal Yang Dibicarakan/Bimbingan Yang Diberikan	Tanda Tangan
	Senin, 02/18 7	✓	- Pengantar / keantar dalam pembuatan skripsi; & sumber sifat / konsep ke p. yg di wawancara sama. - Kesulitan skripsi. Geri cara skripsi adalah jumbuh kedu p. ke ke	

Dosen Pembimbing I

Mahasiswa Ybs,

  
Dr. Suhairi, S.Ag., MH  
NIP. 196721001 199903 1 003

  
Nurjanah  
NPM. 13103734



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jln. KH. Dewantara 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 website:www.metro.univ.ac.id. e-mail iain@metrouniv. ac.id.

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Nurjanah  
NPM : 13103734

Fakultas/Jurusan : Syari'ah dan Ekonomi Islam (ESY)  
Semester / TA : VIII / 2017/2018

No	Hari Tanggal	Pembimbing I	Hal-hal Yang Dibicarakan/Bimbingan Yang Diberikan	Tanda Tangan
	Senin 28/5/18	✓	<ul style="list-style-type: none"><li>- Kejelasan<sup>2</sup> pendirian &amp; teknis. pendirian Dyubuh.</li><li>- Setiap bentuk ke-1 prosedur</li><li>- Supir &amp; kendaraan</li><li>- Gula kaga 1 yay swamean</li><li>- Kanser gula 1 patjen 1 kanser</li><li>- Analisis pelayanan yay &amp; bentuk D. Jelen</li><li>- Masing-masing bila bimbingan</li></ul>	

Dosen Pembimbing I

Mahasiswa Ybs.

Dr. Suhairi, S.Ag., MH  
NIP. 196721001/199903 1 003

Nurjanah  
NPM. 13103734



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jln. KH. Dewantara 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 website:www.metro.univ.ac.id. e-mail iain@metrouniv.ac.id.

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Nurjanah  
NPM : 13103734

Fakultas/Jurusan : Syaria'ah dan Ekonomi Islam (ESY)  
Semester / TA : VIII / 2017/2018

No	Hari Tanggal	Pembimbing I	Hal-hal Yang Dibicarakan/Bimbingan Yang Diberikan	Tanda Tangan
	Selam, 20/10 13	✓	Pertaha-kan APD Selam Kontrol. Selam kontrol Dua, dan baik wawancara dengan pengasah kelas	
	Selam, 10/9-10	✓	Revisi APD	

Dosen Pembimbing I

Mahasiswa Ybs,

**Dr. Suhairi, S.Ag., MH**  
NIP. 196721004 199903 1 003

**Nurjanah**  
NPM. 13103734



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jln. KH. Dewantara 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 website:www.metro.univ.ac.id. e-mail iain@metrouniv. ac.id.

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Nurjanah  
NPM : 13103734

Fakultas/Jurusan : Syari'ah dan Ekonomi Islam (ESY)  
Semester / TA : VIII / 2017/2018

No	Hari Tanggal	Pembimbing I	Hal-hal Yang Dibicarakan/Bimbingan Yang Diberikan	Tanda Tangan
	Kamis, 8/18 2	✓	Pasar dan referensi / literatur Islam. out line tugas 1	
	Senin, 26/18 2	✓	Ace Bab I - IV tugas dan penyusunan APD	

Dosen Pembimbing I

Mahasiswa Ybs,

**Dr. Suhari, S.Ag., MH**  
NIP. 196210011999031003

**Nurjanah**  
NPM. 13103734



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jln. KH. Dewantara 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 website:www.metro.univ.ac.id. e-mail iain@metrouniv. ac.id.

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Nurjanah  
NPM : 13103734

Fakultas/Jurusan : Syari'ah dan Ekonomi Islam (ESY)  
Semester / TA : VIII / 2017/2018

No	Hari Tanggal	Pembimbing I	Hal-hal Yang Dibicarakan/Bimbingan Yang Diberikan	Tanda Tangan
	Jumat, 2/11-18	✓	landasan teori teori Pelayanan mengenai pda bulan? yang membahas pelayanan konsumen - Out line, wawancara dengan customer S. xxx	

Dosen Pembimbing I

**Dr. Suhairi S. Ag., MH**  
NIP. 196721001 199903 1 003

Mahasiswa Ybs,

**Nurjanah**  
NPM. 13103734



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jln. KH. Dewantara 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 website:www.metro.univ.ac.id. e-mail iain@metrouniv. ac.id.

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Nurjanah Fakultas/Jurusan : Syari'ah dan Ekonomi Islam (ESY)  
NPM : 13103734 Semester / TA : VIII / 2017/2018

No	Hari Tanggal	Pembimbing I	Hal-hal Yang Dibicarakan/Bimbingan Yang Diberikan	Tanda Tangan
	Kamis 11-18	✓	<ul style="list-style-type: none"><li>- Tujuan penelitian Diprobah.</li><li>- Landasan teori, tky</li><li>- Rumusan da matri</li><li>- Yoy line, giba</li><li>- mgs &amp; formula.</li><li>- Rumusan &amp; formula</li><li>- Out line Diprobah</li><li>- Kesimpulan</li></ul>	

Dosen Pembimbing I

**Dr. Sahari, S.Ag., MH**  
NIP. 196721001 199903 1 003

Mahasiswa Ybs,

**Nurjanah**  
NPM. 13103734





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jln. KH. Dewantara 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 website:www.metro.univ.ac.id. e-mail iain@metrouniv. ac.id.

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Nurjanah  
NPM : 13103734

Fakultas/Jurusan : Syariah dan Ekonomi Islam (ESY)  
Semester / TA : VIII / 2017/2018

No	Hari Tanggal	Pembimbing I	Hal-hal Yang Dibicarakan/Bimbingan Yang Diberikan	Tanda Tangan
	Rabu 25/12/17	✓	- Out line Duplek - Ganti Cost - Ganti konsep ber format - Masen: Pelangan S. Badri & S. Nylaya.	

Dosen Pembimbing I

Mahasiswa Ybs,

Dr. Sahairi, S.Ag., MH

NIP. 196721001 199903 1 003

Nurjanah

NPM. 13103734



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jln. KH. Dewantara 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 website:www.metro.univ.ac.id. e-mail iain@metrouniv. ac.id.

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Nurjanah  
NPM : 13103734

Fakultas/Jurusan : Syari'ah dan Ekonomi Islam (ESY)  
Semester / TA : VIII / 2017/2018

No	Hari Tanggal	Pembimbing I	Hal-hal Yang Dibicarakan/Bimbingan Yang Diberikan	Tanda Tangan
	Kamis, 28/11-17	✓	Perbaikan <sup>system</sup> <del>APP</del> <sup>sewa</sup> Case  - UKM, penerapan pedoman Tugas & Menganalisa penelitian dipekerja.  - Landasan Teori Jumlah.	

Dosen Pembimbing I

Mahasiswa Ybs,

**Dr. Suhairi, S.Ag., MH**  
NIP. 196721001 199903 1 003

**Nurjanah**  
NPM. 13103734



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS SYARI'AH

Jln. KH. Dewantara 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 website:www.metro.univ.ac.id. e-mail iain@metrouniv. ac.id.

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Nurjanah  
NPM : 13103734

Fakultas/Jurusan : Syari'ah dan Ekonomi Islam (ESY)  
Semester / TA : X / 2017/2018

No	Hari Tanggal	Pembimbing II	Hal-hal Yang Dibicarakan/Bimbingan Yang Diberikan	Tanda Tangan
			Ace ke Pembimbing II	

Dosen Pembimbing II

  
**Nizaruddin, S.Ag., M.H**  
NIP. 19740302 199903 1 001

Mahasiswa Ybs,

  
**Nurjanah**  
NPM. 13103734



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan KH. Husein Djavanegara Kampus 15 A Lingmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimilis (0725) 47296; Website: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Nurjanah**  
NPM : 13103734

Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam /ESy  
Semester / TA : X/ 2017-2018

No	Hari / Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Selasa 05/2018		lengkap dari awal sampai Akhir	

Dosen Pembimbing II

**Nizaruddin, S.Ag., MH**  
NIP. 19740302 199903 1 001

Mahasiswa Ybs,

**Nurjanah**  
NPM. 13103734



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dinulhikmah Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0720) 41807, Faksimil (0720) 47296, Website: www.syahiah.metrouniv.ac.id; e-mail: syahiah.iaim@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Nurjanah  
NPM : 13103734

Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / ESy  
Semester / TA : X / 2017-2018

No	Hari / Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Selasa 05/2018		- Struktur di perbaiki Perbaiki kesalahan : dalam penulisan	

Dosen Pembimbing II

Mahasiswa Ybs,

Nizaruddin, S.Ag., MH  
NIP. 19740302 199903 1 001

Nurjanah  
NPM. 13103734



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS SYARIAH

Jln. KH. Dewantara 15 A Iriomulyo Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 website: www.metro.univ.ac.id. e-mail iain@metrouniv. ac.id.

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Nurjanah  
NPM : 13103734

Fakultas/Jurusan : Syariah dan Ekonomi Islam (ESY)  
Semester / TA : X / 2017/2018

No	Hari Tanggal	Pembimbing II	Hal-hal Yang Dibicarakan/Bimbingan Yang Diberikan	Tanda Tangan
	Selasa 22/2018		APDnya di lampirkan	

Dosen Pembimbing II

**Nizaruddin, S.Ag., M.H**  
NIP. 19740302 199903 1 001

Mahasiswa Ybs,

**Nurjanah**  
NPM. 13103734



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Ilirngmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41907, Faksimili (0725) 47296, Website: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Nurjanah** Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / ESy  
NPM : 13103734 Semester / TA : IX/ 2017-2018

No	Hari / Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Senin 19/3-18	✓	Acc APD	

Dosen Pembimbing II

**Nizaruddin, S.Ag., MH**  
NIP. 19740302 199903 1 001

Mahasiswa Ybs,

**Nurjanah**  
NPM. 13103734

## RIWAYAT HIDUP



Peneliti bernama Nurjanah, dilahirkan di Way Jepara, pada tanggal 7 November 1993 anak ketiga dari pasangan Bapak Wahidun (Alm) dan Ibu Siti Hawa, A.ma.

Riwayat pendidikan penulis diawali di Sekolah Dasar di SD Negeri 1 Sumberrejo Way Jepara selesai pada tahun 2006.

Sekolah Menengah Pertama (SMP) PGRI I Way Jepara, selesai pada tahun 2009.

Dilanjutkan Pendidikan Menengah Atas (SMA) Teladan Way Jepara, selesai pada tahun 2012. Pada tahun 2013 Peneliti melanjutkan pendidikan Strata Satu (S1) di STAIN Jurai Siwo Metro sebagai Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri pada Jurusan Syariah melalui jalur Seleksi Mandiri (SM) dan akan selesai di IAIN Metro Lampung.