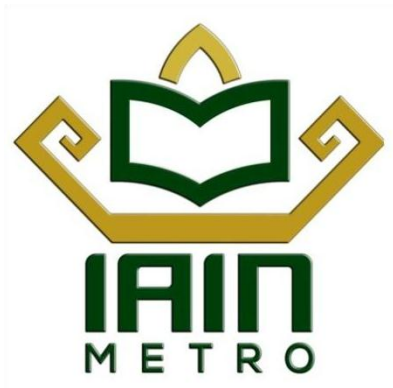


SKRIPSI

STRATEGI PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PELANGGAN DI TOKO AM COLLECTION DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM

Oleh:

**SITI KURNIAWATI
NPM. 1804041154**



**Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1444 H / 2023 M**

**STRATEGI PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN JUMLAH
PELANGGAN DI TOKO AM COLLECTION DITINJAU
DARI ETIKA BISNIS ISLAM**

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

Oleh:

SITI KURNIAWATI
NPM. 1804041154

Pembimbing : Dr. Mat Jalil, M.Hum

Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1444 H / 2023 M



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
(IAIN) METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo, Metro Timur Kota Metro Telp. (0725) 41507
Fax. (0725) 47296

NOTA DINAS

Nomor : -
Lampiran : 1 (satu) berkas
Perihal : **Pengajuan Permohonan untuk di Munaqosyahkan**

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 yang disusun oleh:

Nama : SITI KURNIAWATI
NPM : 1804041154
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : STRATEGI PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PELANGGAN DI TOKO AM COLLECTION DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM

Sudah kami setujui dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam untuk di Munaqosyahkan. Demikian harapan kami dan atau penerimaannya, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Metro, Januari 2023
Dosen Pembimbing

Dr. Mat Jalil, M.Hum
NIP. 19620812 199803 1 001

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : STRATEGI PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN
JUMLAH PELANGGAN DI TOKO AM COLLECTION
DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM

Nama : SITI KURNIAWATI

NPM : 1804041154

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi Syariah

MENYETUJUI

Untuk di Munaqosyahkan dalam sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro.

Metro, Januari 2023
Dosen Pembimbing



Dr. Mat Jalil, M.Hum
NIP. 19620812 199803 1 001



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

JalanKi.HajarDewantaraKampus15Alringmulyo Kota Metro Lampung 34111

Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

No: B-1167 / in.28.3 / J / PP. 00.9 / 09 / 2023

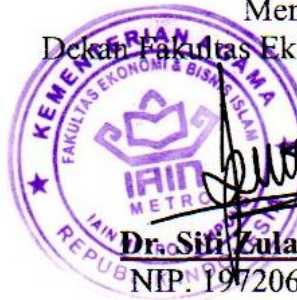
Skripsi dengan Judul: STRATEGI PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PELANGGAN DI TOKO AM COLLECTION DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM, disusun oleh: SITI KURNIAWATI, NPM: 1804041154, Jurusan: Ekonomi Syariah, telah diujikan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/tanggal: Jumat/31 Maret 2023.

TIM PENGUJI:

Ketua/Moderator	: Dr. Mat Jalil, M.Hum	(.....)
Penguji I	: Hermanita, M.M	(.....)
Penguji II	: Diana Ambarwati, M.E.Sy	(.....)
Sekretaris	: Muhammad Mujib Baidhowi, M.E	(.....)



Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Siti Zulaikha, S.Ag., M.H
NIP. 19720611 199803 2 001

ABSTRAK

STRATEGI PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PELANGGAN DI TOKO AM COLLECTION DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM

Oleh
Siti Kurniawati

Strategi pelayanan adalah suatu kegiatan yang berhubungan dengan ide atau gagasan yang dilakukan sesuai standar kualitas dalam pelayanan untuk memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan, etika bisnis diperlukan sebagai pererapan khusus dari ide-ide etika umum terhadap perilaku bisnis. Bisnis yang merupakan kegiatan manusia dalam mengorganisasikan sumber daya untuk menghasilkan dan mendistribusikan barang dan jasa guna memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat. Pada saat ini jenis usaha sangat banyak bentuknya, salah satunya yaitu usaha penjualan toko baju di Am Collection.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimanakah penerapan strategi yang dilakukan oleh Am Collection sebagai usaha dalam meningkatkan pelanggan ditinjau dari etika bisnis Islam. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dan sifat penelitiannya deskriptif kualitatif. Sumber data yang digunakan yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Dengan menggunakan metode data yaitu wawancara dan dokumentasi. Jumlah sampel yang digunakan yaitu 6 pelanggan Am Collection, pemilik dan karyawan Am Collection. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Teknik analisis data menggunakan cara berfikir induktif yang berarti bertitik tolak dari yang khusus ke umum.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan Di Toko Am Collection Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam sudah diterapkan dengan baik. Dimana strategi yang digunakan dalam meningkatkan jumlah pelanggan yaitu menggunakan Strategi pelayanan prima, yaitu *Attitude* (Sikap), *Ability* (Kemampuan), *Attention* (Perhatian), *Action* (Tindakan), *Accountability* (Tanggung Jawab), *Appearance* (Penampilan), *Sympathy* (Simpati). Meskipun tidak terjadi peningkatan secara signifikan, akan tetapi penjual menyiasati dengan strategi pelayanan yang cukup baik dalam menarik minat pembeli dan sudah menerapkan Etika Bisnis Islam didalamnya.

Kata Kunci: *Strategi Pelayanan Dan Etika Bisnis Islam*

HALAMAN ORISNILITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Siti Kurniawati

Npm : 1804041154

Prodi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil asli penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka

Metro, Januari 2023

Peneliti,



Siti Kurniawati

NPM. 1804041154

MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِأَخِيذِهِ إِلَّا أَنْ تُعْمِضُوا فِيهِ ۗ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ

حَمِيدٌ

Artinya: *Wahai orang-orang yang beriman! Infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untukmu. Janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu keluarkan, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Mahakaya, Maha Terpuji.* (QS. Al-Baqarah (2): 267)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa Syukur Alhamdulillah atas segala yang diberikan oleh Allah Swt. kesehatan, kecukupan dan kemudahan dalam menyelesaikan skripsi ini. Saya persembahkan skripsi ini kepada:

1. Kedua orang tua tercinta Bapak Junaidi dan Ibu Siti Khotimah, yang selalu melimpahkan kasih dan sayangnnya dengan tulus dan mendoakan dengan sungguh-sungguh dan memberikan dukungan baik berupa materil maupun non materil. Semoga Bapak dan Ibu selalu dalam lindungan Allah Swt. aamiin.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, atas taufik hidayah dan inayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

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

1. Ibu Dr. Hj. Siti Nurjanah, M.Ag, PIA, selaku Rektor IAIN Metro
2. Ibu Dr. Siti Zulaikha, S.Ag.,MH, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
3. Dr. Mat Jalil, M.Hum, selaku Pembimbing yang telah memberikan bimbingan yang sangat berharga kepada peneliti
4. Bapak Yudhistira Ardana, M.E.K, selaku ketua Jurusan Ekonomi Syariah
5. Bapak dan Ibu Dosen/Karyawan IAIN Metro yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan sarana prasarana selama peneliti menempuh pendidikan.

Kritik dan saran demi perbaikan skripsi ini sangat diharapkan dan akan diterima dengan kelapangan dada. Dan akhirnya semoga skripsi ini kiranya dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu Ekonomi Syariah.

Metro, 16 Januari 2023
Peneliti,



Siti Kurniawati
NPM. 1804041154

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
NOTA DINAS.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
ABSTRAK	vi
HALAMAN ORISINILITAS	vii
HALAMAN MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBEHAN.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
D. Penelitian Relevan.....	7
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Strategi	10
1. Pengertian Strategi Pelayanan Prima.....	10
2. Konsep Dasar Pelayanan Prima.....	11
3. Strategi Penanganan Keluhan Yang Efektif.....	12
B. Kepuasan Pelanggan	15
1. Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	15
2. Pengukur Kepuasan Pelanggan	15

3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan	
Pelanggan	17
C. Etika Bisnis Islam	18
1. Pengertian Etika Bisnis Islam	18
2. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam.....	20
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Sifat Penelitian	23
B. Sumber Data.....	25
C. Teknik Pengumpulan Data.....	26
D. Teknik Analisa Data.....	27
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Profil Am Collection	29
B. Analisis strategi pelayanan dalam meningkatkan jumlah pelanggan di Toko am collection ditinjau dari etika bisnis islam	31
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	45
B. Saran.....	45
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Table 1.1 Perbedaan Dan Persamaan Penelitian Terdahulu Dengan Penelitian Sekarang	7
---	---

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Strategi pelayanan merupakan strategi yang dilakukan oleh suatu produsen dalam upaya meningkatkan pelayanan kepada konsumen. Salah satu strategi pelayanan adalah dengan cara dekat dengan pelanggan. Sebuah bisnis pasti akan lebih membuat pelanggan mereka lebih bahagia jadi pelanggan tidak perlu repot sendiri untuk mendapatkan suatu produk. Jika produsen memiliki tim yang bisa mendatangi pelanggan maka ini menjadi poin plus. Pelanggan tidak akan kesulitan untuk mendapatkan produk yang diinginkan, dan bagi produsen sendiri akan bisa dijamin memberikan keuntungan.¹

Pelayanan adalah suatu kegiatan yang kurang lebih tidak berwujud, dapat diraba, tidak dapat disimpan dan ditambahkan untuk memberikan pelayanan di masa yang akan datang. Meskipun demikian, perusahaan biasanya lebih fleksibel dan dapat lebih mudah mengubah pelayanan untuk memberikan pelayanan prima dengan pelanggan. Pelayanan prima dilaksanakan demi mencapai kepuasan pelanggan. Hal ini membuktikan bahwa pelayanan memiliki peran penting dalam sebuah sistem yang dijalankan berkaitan dengan kualitas, baik kualitas hidup maupun kualitas produk. Semakin tinggi kualitas pelayanan, maka semakin rendah tingkat kekhawatiran pelanggan terhadap pelayanan sebuah usaha.

¹ Wahyu Pamungkas Putro, Lutfi Alhazami, Lathiyfah Shanti, "Strategi Pemasaran Sepeda Pacific Di Toko L Makmur", *Jurnal Bisnisman: Riset Bisnis Dan Manajemen*, Vol. 3, No 3, 2022, 43

Kepuasan pelanggan merupakan syarat untuk perusahaan bertahan dan merupakan hal yang sangat penting karena dengan mempertahankan kepuasan pelanggan maka akan tercipta pencitraan baik bagi perusahaan itu sendiri, serta adanya hubungan baik perusahaan dengan pelanggan. Kepuasan pelanggan kunci suksesnya suatu perusahaan. Semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan maka semakin tinggi pula citra atau keberhasilan perusahaan dimata pelanggan.²

Pelanggan merupakan sasaran bagi seorang pembisnis yang mana mambantu dalam mempertahankan kelangsungan usahanya. Bisnis merupakan tulang punggung perekonomian suatu Negara. Dimana aktivitas bisnis telah mengantongi sejak awal munculnya Islam. Nabi Muhammad sangat menganjurkan umatnya untuk berbisnis (berdagang), karena berbisnis dapat menimbulkan kemandirian dan kesejahteraan bagi keluarga, tanpa tergantung atau menjadi beban orang lain. Beliau pernah bersabda, “Berdaganglah kamu, sebab sepuluh bagian dari penghidupan, sembilan diantaranya dihasilkan dari berdagang.”Sebagaimana Allah berfirman dalam (QS. An Naba’:11) :

وَجَعَلْنَا النَّهَارَ مَعَاشًا ۝ ۱۱

Artinya : “ *Dan kami menjadikan siang untuk mencari penghidupan*”,
(QS. An Naba’:11)

Dalam ayat tersebut dijelaskan bahwa Allah telah menciptakan waktu siang untuk manusia dalam mencari rezeki demi memenuhi kebutuhannya. Seperti halnya yang dijalankan oleh Rasulullah SAW. Reputasi Nabi

² Wulan Dari, Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Perspektif Ekonomi Islam Listrik Pasca Bayar Di Pt Pln (Persero) Muara Tebo, Skripsi: Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifudin Tahun Akedemik 2022

Muhammad SAW sebagai pedagang yang jujur, profesional dan terpercaya telah terbina dengan baik sejak usia muda. Beliau selalu memperlihatkan rasa tanggungjawab dan integritas yang besar ketika berurusan dengan orang lain dalam berbisnis.³

Etika bisnis diperlukan sebagai penerapan khusus dari ide-ide etika umum (sosial) terhadap perilaku bisnis. Bisnis yang merupakan kegiatan manusia dalam mengorganisasikan sumber daya untuk menghasilkan dan mendistribusikan barang dan jasa guna memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat. Dalam melakukan aktivitasnya, suatu usaha harus memperhitungkan berbagai akibat yang dapat ditimbulkan oleh keputusan maupun tindakan usahanya.

Menerapkan strategi yang sesuai dengan etika bisnis Islam dalam mengelola usahanya maka akan timbul kepercayaan konsumen terhadap kualitas usaha tersebut. Konsumen akan merasa dilayani dan diperlakukan secara etis sehingga dapat meningkatkan jumlah pelanggan. Dengan menerapkan etika dalam menjalankan bisnis maka akan meningkatkan nilai dari bisnis itu sendiri.

Untuk melihat apakah strategi pelayanan yang digunakan oleh Am Collection sudah diterapkan dengan baik untuk menarik minat pembeli yang berdampak pada peningkatan jumlah pelanggan berdasarkan Etika Bisnis Islam, maka peneliti melakukan wawancara kepada pemilik toko Am Collection yaitu Ibu Anita Sari, karyawan toko Am Collection yaitu Dewi, dan

³ Ade Heriyanto, Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Perspektif Etika Bisnis Islam Di Tb. Muara Aman Cirebon, Skripsi: Institut Agama Islam Iai Bunga Bangsa Cirebon, 2020, 5

3 pelanggan Am Collection yaitu Zahra, Pita dan Ayu. Berikut ini hasil wawancara yang peneliti lakukan pada 05 Desember 2022:

Am Collection merupakan suatu bisnis usaha dibidang fashion yang didirikan oleh Anita Sari. Saat ini toko Am Collection memiliki 2 karyawan yang membantunya dalam melayani para pelanggan. Toko Am Collection sendiri menjual berbagai jenis pakaian seperti baju casual, kemeja, kaos, hijab, dan celana mulai dari harga Rp. 35.000 sampai Rp. 95.000.⁴

Anita dalam mengelola bisnisnya selalu mengajarkan karyawan nya untuk menerapkan 3S yaitu senyum, sapa, salam dalam melakukan pelayanan. Selain itu, memberikan kebebasan pada pelanggan untuk memilih dan memberikan pelayanan yang terbaik sehingga pelanggan merasa lebih nyaman. Karena memberikan pelayanan yang baik juga akan membuat pelanggan bisa kembali membeli di toko Am Collection.

Berdasarkan wawancara dengan Anita pada tanggal 05 Desember 2022 selaku pemilik toko Am Collection bahwasanya dalam menjalankan usahanya dalam aktivitas penjualan telah melaksanakan pengembangan usaha berdasarkan etika bisnis yang baik sehingga usaha penjualan produknya sudah mampu berkembang. Hal ini dibuktikan telah memiliki 2 orang karyawan. Dimana juga memberikan peluang pendapatan untuk kedua karyawannya tersebut.⁵

Menurut Dewi sebagai salah satu karyawan Am Collection, saya sudah menerapkan apa yang diajarkan dalam melakukan pelayanan, berusaha

⁴Anita Sari Selaku Pemilik Toko Am Collection, Wawancara Pada 05 Desember 2022

⁵*Ibid*

semampu saya untuk memberikan pelayanan terbaik untuk pelanggan. Jika ada yang mengalami kesulitan contoh dalam memilih pakaian mana yang cocok untuknya saya akan memberikan rekomendasi terbaik yang sesuai dengan selera pelanggan tersebut. Selain disesuaikan dengan selera juga menyesuaikan budget yang dimiliki oleh pelanggan sehingga pelanggan merasa dihargai.

Zahra, Pita dan Ayu sudah sering membeli pakaian atau hijab di toko Am Colletion. Alasan mereka sering berbelanja di Am Colletion sebab harga yang ada di Am Collection lebih murah harganya, lebih leluasa dalam memilih dan memiliki model-model baju yang diinginkan. Untuk pelayanannya menurut Zahra dan pita ramah dan benar-benar membantu saat kita sedang kesulitan untuk memilih. Sedangkan menurut ayu cukup baik akan tetapi belum merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.⁶

Dengan strategi pelayanan yang diterapkan oleh Am Collection diharapkan mampu menarik konsumen agar terus meningkatkan minat membeli produknya dan memaksimalkan jumlah keuntungan dan apakah strategi pelayanan sudah sesuai etika bisnis islam. Pembisnis muslim juga harus tahu bahwa yang paling penting adalah untuk mendapatkan ridho Allah SWT. Dalam suatu strategi pelayanan harus dapat memperhatikan dan memahami apa yang diinginkan pelanggan sehingga dapat menjadikan minat pembeli sehingga dapat meningkatkan jumlah pelanggan.

⁶ Zahra, Pita Dan Ayu Selaku Pelanggan Toko Am Collection, Wawancara Pada 05 Desember 2022

Berdasarkan uraian diatas penulis tertarik untuk melakukan peneltiain dengan judui **“STRATEGI PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PELANGGAN DI TOKO AM COLLECTION DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM”**.

B. Pertanyaan Peneliti

Berdasarkan pada latar belakang di atas, maka yang menjadi pertanyaan peneliti adalah : bagaimanakah strategi pelayanan yang digunakan Am Collection dalam meningkatkan pelanggan ditinjau dari etika bisnis islam?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitan

Tujuan diadakannya penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimanakah penerapan strategi pelayanan yang dilakukan oleh Am Collection sebagai usaha dalam meningkatkan pelanggan ditinjau dari etika bisnis islam.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan di dalam penelitian ini adalah:

a. Secara Teoritis

Untuk menambah wawasan dan pengalaman bagi peneliti tentang penerapan teori ke praktek mengenai kegiatan usaha yang dilakukan toko serta menambah khasanah keilmuan tentang ekonomi.

b. Secara Praktis

- 1) Untuk dijadikan masukan dan memberi pemahaman bagi pihak pengelola toko atas penelitian yang dilakukan oleh penulis tentang strategi pelayanan dalam meningkatkan jumlah pelanggan.
- 2) Untuk menyelesaikan studi dan prodi Ekonomi Syari'ah.
- 3) Syarat untuk meraih gelar akademik S.E pada program studi Ekonomi Syari'ah Fakultas dan Bisnis Islam.

D. Penelitian Relevan

Agar tidak terjadi pengulangan pembahasan maupun pengulangan penelitian dan juga dapat melengkapi wacana yang berkaitan dengan penelitian maka diperlukan wacana atau pengetahuan tentang penelitian-penelitian sejenis yang telah diteliti sebelumnya. Terkait dengan penelitian ini, sebelumnya telah ada beberapa penelitian yang mengangkat tema sama di antaranya yaitu:

Table 1.1
Perbedaan dan Persamaan Penelitian Terdahulu Dengan Penelitian Sekarang

No	Nama	Judul	Persamaan	Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Sekarang	
				Terdahulu	Sekarang
1.	Triyadi, 2019	Analisis Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan untuk	Strategi Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan	✓ Permasalahan pada kualitas dan penetapan strategi	✓ Fokus masalah pada penerapan strategi pelayanan yang digunakan

No	Nama	Judul	Persamaan	Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Sekarang	
				Terdahulu	Sekarang
2.	Achmad Yasin, 2017	Meningkatkan Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Sekolah Tennis Jakarta International Tennis Academy (JITA) Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Pada Pt Safina Assalam Tour Gambut Kalimantan Selatan	Strategi Pelayanan	<p>✓ Teori yang digunakan kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan preposisi</p> <p>✓ Permasalahan Berfokus Pada Kualitas Dan Strategi Pelayanan Kepada Pelanggan</p> <p>✓ Teori Yang Digunakan Manajemen Strategi, Dimensi</p> <p>✓ Kualitas, Teknik Pengumpulan Data Yang Digunakan Menggunakan Kuesioner</p> <p>✓ Studi Kasus Pada Pt Safina Assalam Tour Gambut Kalimantan Selatan</p>	<p>✓ Teori yang diangkat yaitu strategi pelayanan, kepuasan pelanggan dan etika bisnis islam</p> <p>✓ Fokus masalah pada penerapan strategi pelayanan yang digunakan</p> <p>✓ Teori yang diangkat yaitu strategi pelayanan, kepuasan pelanggan dan etika bisnis islam,</p> <p>✓ Tehnik pengumpulan data menggunakan wawancara dan dokumentasi</p> <p>✓ Studi penelitian di toko am collection metro lampung</p>

No	Nama	Judul	Persamaan	Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Sekarang	
				Terdahulu	Sekarang
3	Agus Karjuni dan Heru Cahyono Patrisya N, 2022	Strategi Peningkatan Pelayanan Prima Untuk Kepuasan Pelanggan Dalam Etika Bisnis Islam	Strategi Pelayanan	<p>✓ Fokus masalah pada strategi pelayanan prima</p> <p>✓ Teori yang digunakan yaitu stratei peningkatan pelayana prima, idikator kepuasan pelanggan terhadap pelayanan prima di yogya junction cirebon, pandangan etika bisnis islam terhadap strategi pelayanan prima</p> <p>✓ Studi kasus pada yogya junction cirebon (ych).</p>	<p>✓ Fokus masalah pada strategi dan penerapan pelayanan terhada pelanggan</p> <p>✓ Teori yang digunakan strategi pelayanan, kepuasan pelangan dan etika manajemen bisnis</p> <p>✓ Studi penelitian di toko am collection metro lampung.</p>

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi

1. Pengertian Strategi Pelayanan prima

Strategi adalah proses untuk menentukan arah yang harus dituju oleh perusahaan agar misinya tercapai dan sebagai daya dorong yang akan membantu perusahaan dalam menentukan produk, jasa, dan pasarnya di masa depan. Dalam menjalankan aktivitas operasional setiap hari di perusahaan, para pemimpin dan manajer puncak selalu merasa bingung dalam memilih dan menentukan strategi yang tepat karena keadaan yang terus menerus berubah.¹

Pelayanan adalah suatu usaha membantu menyiapkan (mengurus) apa yang diperlukan orang lain. Setiap konsumen atau pelanggan pada dasarnya membutuhkan barang dan jasa, baik yang bersifat primer maupun tertier. Mereka juga mencari barang yang berkualitas tinggi dan terjangkau daya belinya. Oleh karena itu tugas bagi pengusaha, pedagang untuk dapat memberikan pelayanan yang terbaik bagi konsumen/pelanggannya.²

pelayanan prima (excellent service) adalah pelayanan yang memenuhi standar kualitas yang sesuai dengan harapan dan kepuasan

¹ Rahman Rahim dan Enny Radjab, *Manajemen Strategi*, (Makassar: Lembaga Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Makasar, 2017), 37

² Retno Prasetyorini, *Pelayanan Prima*, (Jawa Tengah: guruvalah Inc,

pelanggan. Sehingga dalam pelayanan prima terdapat dua elemen penting yang saling berkaitan yaitu pelayanan dan kualitas..³

2. Konsep Dasar Pelayanan Prima

Pelayanan prima merupakan pelayanan sebaik mungkin kepada para pelanggan, sehingga pelanggan merasa puas. Definisi pelayanan prima adalah melakukan pelayanan sebaik mungkin kepada para pelanggan sehingga menimbulkan rasa puas. Secara umum tujuan pelayanan prima ialah memberikan pelayanan sehingga bias memenuhi dan memuaskan para pelanggan sehingga perusahaan mendapatkan keuntungan yang maksimal. Terdapat hal-hal yang mendasari konsep pelayanan prima yang bias dikenal 7A+S, yaitu sebagai berikut:

1. *Attitude* (Sikap)

Gambaran sebuah perusahaan dapat dilihat melalui karyawannya, sikap dan pelayanan perusahaan tersebut menggambarkan citra perusahaan tempat mereka kerj secara langsung mauun tidak langsung.

Setiap karyawan setiap perusahaan harus memiliki sikap yang ramah dan menjunjung tinggi profesionalisme pekerjaannya serta punya rasa memiliki terhadap perusahaan, yang pada akhirnya dapat mendorong sikap ramah dan menjaga profesionalisme dalam bekerja.

³Nurlia, Strategi Pelayanan dengan konsep service excellent, *Meraja Jurnal* , vol. No 1, 2018, 4

2. *Ability* (Kemampuan)

Karyawan harus memiliki kemampuan untuk melayani pelanggan/konsumen, misalnya kemampuan menjual dan kemampuan memecahkan masalah dengan cepat.

3. *Attention* (Perhatian)

Perhatian adalah prinsip pelayanan prima berikutnya yang wajib dimiliki karyawan, terutama karyawan yang langsung berhadapan dengan pelanggan. Perhatian merupakan bentuk kepedulian terhadap pelanggan, termasuk memberi perhatian pada kritik dan saran yang diberikan pelanggan.

Karyawan harus mengutamakan kepentingan pelanggan, apalagi pelanggan tersebut membutuhkan bantuan atau layanan, karyawan harus segera memberikan perhatiannya untuk segera dapat melayani pelanggan tersebut dengan baik.

4. *Action* (Tindakan)

Tindakan dalam pelayanan prima adalah tindakan nyata untuk memastikan apa yang menjadi kebutuhan atau keinginan pelanggan. Sebelum anda mengakhiri layanan, pastikan lagi apakah masih ada hal lain yang bisa anda bantu, kemudian jika sudah selesai melayani, ucapkan terimakasih.

5. *Accountability* (Tanggung Jawab)

Tanggung jawab adalah sikap keberpihakan kita kepada pelanggan sebagai bentuk rasa empati dan kepedulian kita,

pelaksanaan setiap tanggung jawab dengan sepenuh hati akan dapat meminimalkan terjadinya ketidakpuasan pelanggan atau mitra perusahaan.⁴

6. *Appearance* (Penampilan)

Penampilan karyawan secara fisik maupun non fisik mencerminkan kredibilitas perusahaan. Penampilan karyawan khususnya yang berhadapan langsung dengan pelanggan sangat penting bagi citra perusahaan.

7. *Sympathy* (Simpati)

Simpati merupakan konsep dasar yang harus dimiliki saat proses pelayanan. Simpati adalah sikap yang bias merasakan apa yang dirasakan orang lain.⁵

3. Strategi Penanganan Keluhan Yang Efektif

Penanganan keluhan konsumen ada banyak cara untuk menangani keluhan konsumen. Menurut Schnaars terdapat empat aspek penting dalam penanganan keluhan diantaranya:

- a. Berempati dengan konsumen. Produsen/penyedia jasa akan memperoleh empati dari konsumen dengan cara menghabiskan lebih banyak waktu untuk mendengarkan berbagai keluhan konsumen.
- b. Kecepatan memberikan tanggapan. Apabila konsumen mengajukan keluhan dan tidak mendapatkan penanganan yang tepat, maka

⁴ Devy dwi Fajri dan Normayasari, *Pelayanan Prima*, (Wakatobi: Akademi Komunitas Kedaulatan dan Perikanan Wakatobi), 16-18

kemungkinan besar konsumen menjadi tidak puas dan sangat sulit mengubahnya menjadi puas dengan pelayanan yang diberikan produsen/penyedia jasa.

- c. Keseimbangan tanggapan. Perusahaan dapat menanggapi keluhan konsumen dengan jalan mengabaikan, memberikan kompensasi yang berlebih, dan mengganti kerugian kepada konsumen. Akan tetapi tanggapan terbaik atas keluhan konsumen adalah meningkatkan kualitas produk/jasa ke tingkat kualitas yang diharapkan konsumen.
- d. Kemudahan menghubungi perusahaan jasa. Membuka jalur komunikasi dengan konsumen maka konsumen akan mudah menghubungi perusahaan. Walaupun biaya yang dibutuhkan cukup besar tetapi sangat bermanfaat untuk menciptakan *goodwill* di mata konsumen dalam jangka panjang.

Berdasarkan pendapat diatas, dengan menanggapi keluhan yang baik, diharapkan pelanggan yang awalnya tidak puas berubah menjadi puas terhadap produk dan layanan yang diberikan. penelitian telah mengungkapkan bahwa keluhan dapat meningkatkan kepuasan dalam jangka panjang. Sebuah sistem manajemen keluhan yang disiapkan dengan baik dan efektif, akan memudahkan perusahaan untuk memaksimalkan tingkat loyalitas pelanggan.⁶

⁶Didin Fatihudin dan Anang Firmansyah, *Pemasaran Jasa Strategi (Strategi, Mengukur Kepuasan dan loyalitas Pelanggan, Yogyakarta : Cv. Budi Utama, 2019),232-233*

B. Kepuasan Pelanggan

1. Pengertian kepuasan pelanggan

Kepuasan Pelanggan adalah suatu kondisi dimana kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan terhadap sebuah produk dan jasa, sesuai atau terpenuhi dengan penampilan dari produk dan jasa. Kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang (repeat buyer) atau kesetiaan yang berlanjut.⁷

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah sikap yang diberikan pelanggan terhadap pelayanan atau jasa, Jika harapan itu terpenuhi dengan baik maka akan merasa puas, jika harapan itu tidak terpenuhi maka tidak puas, dan jika harapan itu lebih baik maka akan merasa sangat puas atau senang.

2. Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Pengukuran kepuasan pelanggan merupakan salah satu topik penelitian yang sangat populer dalam paruh kedua dekade 1980an hingga paruh waktu pertama dekade 1990an. Selama periode itu banyak pula berkembang jasa konsultasi dalam hal penelitian dan pengukuran kepuasan pelanggan. Sifat kepuasan sangat bersifat subjektif, sehingga sulit sekali untuk mengukurnya. Namun, walaupun demikian, tentu saja kita harus

⁷ Rahmawati, *Manajemen Pemasaran*, (Samarinda : Mulawarman University Press, 2016), 17-18

tetap berupaya memberikan perhatian kepada pelanggan dengan segala daya.⁸

Menurut Kotler beberapa cara mengukur kepuasan pelanggan:

a. *Complaint and suggestion system* (Sistem keluhan dan Saran)

Banyak perusahaan membuka kotak saran dan menerima keluhan yang dialami oleh langganannya. Ada juga perusahaan yang memberi amplop yang ditulis alamat perusahaan untuk digunakan menyampaikan saran, keluhan serta kritik. Saran tersebut dapat juga disampaikan melalui kartu komentar, customer hot line, telepon bebas pulsa. Informasi ini dapat memberikan ide dan masukan kepada perusahaan yang memungkinkan perusahaan mengantisipasi dan cepat tanggap terhadap kritik dan saran tersebut.

b. *Customer satisfaction surveys* (survey kepuasan pelanggan)

Dalam hal perusahaan melakukan survey untuk mendeteksi komentar pelanggan survey ini dapat dilakukan melalui pos, telepon, atau wawancara pribadi, atau pelanggan diminta mengisi angket.

c. *Ghost shopping* (pembeli bayangan)

Dalam hal ini perusahaan menyuruh orang tertentu sebagai pembeli ke perusahaan lain atau ke perusahaannya sendiri. Pembeli misteri ini melaporkan keunggulan dan kelemahan pelayanan yang melayaninya. Juga dilaporkan segala sesuatu yang bermanfaat sebagai bahan pengam nnnbilan keputusan oleh manajemen. Bukan saja

⁸ Fahtira Virdha Noor, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelangganpt Herba Penawar Alwahida Indonesia (Studi Pada Alfatih Business Center Ii Hpai Kota Bengkulu)", Skripsi: Institut Agama Islam Negeri (Iain) Bengkulu Bengkulu, 2020, 26-28

orang lain yang disewa untuk menjadi pembeli bayangan tetapi juga manajer sendiri harus turun ke lapangan, belanja ke toko saingan dimana ia tidak dikenal. Pengalaman manajer ini sangat penting karena data dari informasi yang diperoleh langsung ia alami sendiri.

d. *Lost customer Analysis* (Analisa pelanggan yang lari)

Langganan yang hilang, dicoba dihubungi. Mereka diminta untuk mengungkapkan mengapa mereka berhenti, pindah ke perusahaan lain, adakah sesuatu masalah yang terjadi yang tidak bias diatasi atau terlambat diatasi. Dari kontak semacam ini akan diperoleh informasi dan akan memperbaiki kinerja perusahaan sendiri agar tidakada lagi langganan yang lari dengan cara meningkatkan kepuasan mereka.⁹

3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan ditentukan oleh persepsi pelanggan atas hasil kerja produk atau jasa dalam memudahkan harapan pelanggan. Pelanggan merasa puas apabila harapannya terpenuhi atau akan sangat puas jika harapan pelanggan terlampaui. Berikut ada 5 faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, yaitu:¹⁰

- a. Kualitas Jasa Pelanggan merasa puas apabila mereka memperoleh jasa yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan dari pegawai mamupun karyawan perusahaan.

⁹ Joko Rizkie Widokarti, *Konsumen, Pemasaran, Komunikasi kontemporer*, (Bandung : Cv. Pustaka Setia, 2019), 177-178

¹⁰Rosnaini Daga, Citra, *Kualitas Produk, Dan Kepuasan Pelanggan*, (Sulawesi Selatan: Global Research And Consulting Institute, 2017), 78

- b. Kualitas Produk Pelanggan akan merasa puas setelah membeli dan menggunakan produk tersebut yang memiliki kualitas produk baik.
- c. Harga Biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting. Akan tetapi biasanya faktor harga bukan menjadi jaminan suatu produk memiliki kualitas yang baik.
- d. Faktor Situasional Faktor situasional terdiri atas segala kemungkinan yang bisa mempengaruhi kinerja jasa, yang berada di luar kendali penyedia jasa.
- e. Faktor Personal/emotional faktor Kepuasan bukan karena kualitas produk, tetapi harga diri atau nilai sosial yang menjadikan pelanggan puas terhadap merek produk tertentu.

C. Etika Bisnis Islam

1. Pengertian Etika Bisnis Islam

Bisnis diartikan sebagai usaha untuk memperoleh keuntungan sesuai tujuan dan target dalam berbagai bidang, baik dilihat dari segi kuantitas, kualitas maupun waktunya.¹¹ Sedangkan etika adalah komponen pendukung para pelaku bisnis terutama dalam hal kepribadian, Tindakan dan perilakunya. Etika juga disebut sebagai rambu-rambu dalam suatu kelompok masyarakat akan dapat membimbing dan mengingatkan

¹¹ Dedi Purwana Dan Nurdin Hidayat, *Studi Kelayakan Bisnis (Depok: Pt. Raja Grafindo Persada, 2020)*, 2

anggotanya kepada suatu Tindakan yang terpuji yang harus dijalankan dan dipatuhi.¹²

Etika bisnis menurut Al- Ghazali yaitu suatu bisnis yang dijalankan dimana aktivitasnya tidak menghalangi untuk mengingat Allah, aktivitas bisnis untuk menunaikan fardu kifayah atau tugas dalam bermasyarakat, serta menjalankan bisnis bukan hanya untuk menjauhi yang haram saja tetapi senantiasa memelihara diri dari perbuatan syubhat.

Etika bisnis dalam studi Islam kajiannya berdasarkan Al-Quran, Nabi Muhammad dalam sejarah dikenal dengan pelaku bisnis yang sangat sukses, sehingga untuk mengkaji etika bisnis secara mendalam kita perlu melihat dan mempelajari perilaku bisnis yang dilakukan oleh Rasulullah.¹³ Sesungguhnya Allah berfirman dalam (QS. Al-Ahzab ayat: 70- 71):

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ﴿٧٠﴾ يُصْلِحْ لَكُمْ أَعْمَالَكُمْ وَيَغْفِرْ
لَكُمْ ذُنُوبَكُمْ وَمَنْ يُطِيعِ اللَّهَ وَرَسُولَهُ فَقَدْ فَازَ فَوْزًا عَظِيمًا ﴿٧١﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan Katakanlah Perkataan yang benar, niscaya Allah memperbaiki bagimu amalan-amalanmu dan mengampuni bagimu dosa-dosamu. dan Barangsiapa mentaati Allah dan Rasul-Nya, Maka Sesungguhnya ia telah mendapat kemenangan yang besar.” (QS. Al-Ahzab [33]:70- 71).

Etika bisnis Islam adalah ilmu yang berkaitan dengan pemikiran tentang benar dan salah, baik, buruk, moral, dalam ajaran yang tercantum di dalam Al-Qur’an dan Sunnah dengan mengikuti contoh teladan Nabi Muhammad SAW. Etika bisnis Islam adalah seperangkat nilai tentang baik,

¹² H. Fakhry Zamzam Dan Havis Arafik, *Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan*, (Yogyakarta: Cv. Budi Utama, 2020), 1

¹³ *Ibid.*, 24

buruk, benar dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas yang sesuai dengan syariah.¹⁴

2. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam

Prinsip-prinsip yang ideal pernah dilakukan oleh Nabi dan para Sahabatnya. Realitas ini menjadi bukti bagi banyak orang, bahwa tata bisnis yang berkeadilan, sebenarnya pernah terjadi di Madinah. Nilai spirit dan ajaran yang dibawa Nabi berguna untuk membangun tata bisnis baru, yang akhirnya terwujud dalam bisnis dunia yang berkeadilan. Terdapat aksioma etika bisnis islam, yaitu:

a. Prinsip Kesatuan/Tauhid/Keesaan

Kesatuan sebagaimana terefleksikan dalam konsep tauhid yang menyatukan segala aktivitas manusia, baik dalam bidang ekonomi, politik, sosial menjadi keseluruhan yang homogen, serta mementingkan konsep konsistensi dan keteraturan yang menyeluruh. Tauhid menyadari manusia sebagai makhluk ilahiyah, sosok makhluk yang bertuhan. Dengan demikian, kegiatan bisnis manusia tidak terlepas dari pengawasan Allah SWT.

b. Prinsip Keadilan/Keseimbangan

Ajaran islam berorientasi pada terciptanya karakter manusia yang memiliki sikap dan perilaku yang seimbang dan adil dalam konteks hubungan antara manusia dengan diri sendiri, dengan orang lain dan dengan lingkungan. Keadilan atau keseimbangan berarti,

¹⁴*Ibid*

bahwa perilaku bisnis harus adil atau seimbang. Penerapan konsep keseimbangan dalam etika bisnis islam, dimana prinsip keseimbangan atau kesetaraan berlaku baik secara harfiah maupun kias dalam dunia bisnis.

c. Prinsip kebenaran, kebijakan dan kejujuran

Kebenaran selain mengandung makna kebenaran lawan kesalahan, juga mengandung unsur kebajikan dan kejujuran. Nilai kebenaran merupakan nilai yang dianjurkan dalam ajaran Islam. Dalam konteks etika bisnis yang harus dilakukan adalah dalam sikap dan perilaku yang benar yang meliputi dari proses bisnis hingga hasil dari keuntungan bisnis yang diperoleh.

d. Prinsip kehendak bebas

Kebebasan berarti bahwa manusia sebagai individu dan kolektif punya kebebasan penuh untuk melakukan aktifitas bisnis. Dalam ekonomi, manusia bebas mengimplementasikan kaidah dalam islam. Karena masalah ekonomi termasuk kepada aspek muamalah, bukan ibadah, maka berlaku padanya kaidah umum “semua boleh kecuali yang dilarang”. Yang tidak boleh dalam islam adalah ketidakadilan dan riba. Dalam tataran ini kebebasan yang bertanggung jawab dan berkeadilan.

e. Prinsip Tanggung Jawab

Etika Bisnis Dalam Peratanggung jawaban berarti bahwa manusia sebagai pelaku bisnis, mempunyai tanggung jawab moral

kepada Allah atas perilaku bisnis. Harga sebagai komoditi bisnis dalam islam, adalah amanah tuhan yang harus dipertanggung jawabkan di hadapan tuhan. Tanggung jawab merupakan suatu prinsip dinamis yang berhubungan dengan perilaku manusia. Bahkan merupakan kekuatan dinamis individu untuk mempertahankan kualitas keseimbangan dalam masyarakat. Karena manusia yang hidup sebagai makhluk sosial tidak bisa bebas, dan semua tindakannya harus dipertanggung jawabkan.¹⁵

¹⁵ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam Implementasi Etika Isami Untuk Dunia Usaha* (Bandung: Cv. Alfabeta, 2013),45-47

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian lapangan (*field research*) karena mengharuskan peneliti untuk terjun langsung ke lapangan dan berinteraksi dengan masyarakat setempat. Penelitian lapangan adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada.¹

Berdasarkan pengertian diatas, maka peneliti akan melakukan penelitian lebih dalam mengenai strategi pelayanan yang diberikan oleh Am Collection dalam meningkatkan jumlah pelanggan yang ditinjau dari etika bisnis islam, dengan menggunakan landasan teori yang mendukung. landasan teori dimanfaatkan sebagai pemandu agar fokus penelitian sesuai dengan fakta yang ada dilapangan. Selain itu, landasan teori juga bermanfaat untuk memberikan gambaran umum tentang latar belakang penelitian serta untuk bahan pembahasan pada hasil penelitian.

¹ Albi Anggito Dan Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Jawa Barat: Cv. Jejak, 2018), 7

2. Sifat Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif. Menurut Sugiyono metode penelitian kualitatif adalah metode yang digunakan untuk meneliti keadaan objek yang alamiah dimana peneliti sebagai instrumen kunci. Menurut Nazir penelitian deskriptif meneliti status kelompok manusia, objek, kondisi, sistem pemikiran ataupun peristiwa masa sekarang dengan tujuan untuk membuat deskriptif secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta yang diteliti. Menurut Nana Syaodih Sukmadinata, penelitian deskriptif kualitatif bertujuan untuk mendeskripsikan dan menjelaskan fenomena-fenomena yang ada, baik fenomena alam maupun fenomena manusia, yang lebih memperhatikan mengenai karakteristik, kualitas, dan perbedaan antara aktivitas, serta lebih memperhatikan keterkaitan antar kegiatan.

Berdasarkan pengertian diatas, maka peneliti akan melakukan penelitian lebih dalam mengenai strategi pelayanan yang diberikan oleh Am Collection dalam meningkatkan jumlah pelanggan yang ditinjau dari etika bisnis islam dengan menggunakan landasan teori yang mendukung . landasan teori dimanfaatkan sebagai pemandu agar fokus penelitian sesuai dengan fakta yang ada dilapangan. Selain itu, landasan teori juga bermanfaat untuk memberikan gambaran umum tentang latar belakang penelitian serta untuk bahan pembahasan pada hasil penelitian.

B. Sumber Data

1. Sumber Data Primer

Menurut Sugiyono. Sumber primer adalah sumber daya yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer yang diperoleh adalah data dari hasil wawancara dimana beberapa pertanyaan yang diajukan kepada konsumen yang melakukan pembelian di Am Collection

Sumber data primer yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan teknik *purposive*. Menurut Arikunto, purposive sampling adalah teknik mengambil yang artinya sesuai dengan maksud dan tujuan pene sampel dengan tidak berdasarkan random, daerah atau strata, melainkan berdasarkan atas adanya pertimbangan yang berfokus pada tujuan tertentu.² Sumber data primer dalam penelitian ini terdiri dari pemilik, 1 orang karyawan dan 6 pelanggan toko AM Collection. Dalam menentukan narasumber, peneliti menetapkan kriteria pelanggan sebagai berikut:

- a. Bersedia diwawancarai
- b. Berusia 17 tahun keatas
- c. Pelanggan yang sudah berbelanja minimal 3 kali

²Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Bandung: Alfabeta, 2013), 225

2. Sumber Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang didapatkan secara tidak langsung dari objek penelitian. Data sekunder yang diperoleh adalah dari sebuah situs internet, ataupun dari sebuah referensi yang sama dengan apa yang sedang diteliti oleh penulis. Data sekunder yang diperoleh yaitu

- a. Buku-buku pedoman yang berhubungan dengan masalah yang diteliti yaitu strategi pelayanan dalam meningkatkan jumlah pelanggan ditinjau dari etika bisnis islam.
- b. Jurnal dan penelitian-penelitian terdahulu sebagai referensi teoritis dalam penelitian ini
- c. Dokumentasi berupa dokumen dan foto sebagai pendukung dalam penelitian ini.

C. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

Wawancara ialah proses komunikasi atau interaksi antara seorang peneliti dengan informan atau subjek penelitian untuk mengumpulkan informasi melalui tanya jawab.³ Wawancara yang dilakukan dengan wawancara terbuka dimana pertanyaan ini mencangkup bagaimana dan mengapa. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan wawancara semi struktur. Wawancara semi struktur adalah dengan menggunakan pola tertentu terkait dengan permasalahan dan tujuan peneliti. Wawancara akan terus dilakukan hingga peneliti menemukan permasalahan secara lebih

³Muri Yusuf, Metode Penelitian (Jakarta : Kencana, 2017), 372

terbuka, yang mana narasumber diberikan kesempatan untuk berpendapat atau ide sehingga peneliti secara teliti dapat menyimpulkan apa yang dikemukakan oleh narasumber.

Dalam penelitian ini untuk mencari data yang dibutuhkan penulis melakukan wawancara kepada pemilik, karyawan dan 6 pelanggan toko AM Collection.

2. Dokumentasi

Dokumen adalah sumber data yang digunakan untuk melengkapi suatu penelitian, baik berupa sumber tertulis, film, gambar (foto), dan karya-karya monumental, yang semuanya itu memberikan informasi bagi proses penelitian.⁴ Dokumentasi ini digunakan dalam penelitian ini berupa dokumen dan foto-foto yang berhubungan dengan toko AM Collection dan kota yang akan diteliti.

D. Teknik Analisis Data

Teknik pengumpulan data merupakan salah satu langkah dimana langkah-langkah yang dilakukan dalam pengumpulan data dilapangan. Metode pengumpulan data merupakan bagian integrasi dari design penelitian. Masing-masing memiliki kelebihan dan kekurangan. Masalah yang diteliti dengan menggunakan metode yang tepat sangat meningkatkan nilai penelitian. data bisa diperoleh dengan berbagai cara, dalam lingkup yang berbeda, lapangan atau lab dan dari sumber yang berbeda dengan wawancara, bisa secara langsung atau menggunakan media elektronik dan observasi

⁴ Beni Ahmad Saebani dan Kadar Nurjaman, *Manajemen Penelitian*, (Bandung: Cv. Pustaka Setia, 2013), 84-85

Peneliti menggunakan data yang telah diperoleh melalui wawancara, dokumentasi dan observasi secara tidak langsung kemudian data tersebut dianalisa dengan menggunakan cara berfikir induktif dimulai dari informasi mengenai Strategi Yang Digunakan Dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam di toko AM Collection.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil Am Collection

1. Profil Toko Am Collection

a. Gambaran Umum Toko Am Collection

Toko Am Collection berlokasi di Jl. KH. Dewantara 15.A Kampus, depan Masjid Baitur Rozaq, Kelurahan Iringmulyo, kecamatan Metro Timur, Kota Metro, Lampung. Toko Am Collection sendiri meruakan suatu usaha yang bergerak di bidang fashion yaitu menjual pakaian Wanita seperti switer hodiee, outter, kemeja, ka ssos, rok plisket motif, rok duyung, celana kulot, tunik, rok polos, gamis, rajut salur, rok lilit batik, hijab dan lain-lain. Dari berbagai jenis yang dijualnya banyak pilihan baik motif ataupun warna yang kekinian.¹

Am Collection didirikan oleh ibu Anita Sari. Pada awalnya beliau merintis toko di kediamannya secara online dengan sistem COD (cash on delivery) yaitu metode yang digunakan antara penjual dan pembelinya secara langsung. Tahapannya, setelah pembeli setuju melakukan order barang, maka mereka akan menentukan tempat untuk bertemu dan melaksanakan transaksi di sana. Saat bertemu, biasanya pembeli akan melihat dan mengecek kondisi barang yang

¹ Anita Sari, Pemilik Toko Am Collection, Wawancara Pada 23 Desember 2022

diorder terlebih dahulu. Jika semuanya sudah sepakat, maka selanjutnya pembeli langsung melakukan pembayaran secara tunai.

Kemudian, setelah beliau berhasil mengumpulkan dana beliau memberanikan diri untuk menyewa tempat sebagai lapak jualannya. Agar orang-orang dapat melihat secara langsung koleksi pakaian yang dijualnya. Beliau melihat tempat yang dijadikan lapak saat ini cukup strategis untuk menjual koleksinya dimana dekat dekan pemukiman warga dan tempat para pelajar mencari ilmu. Sebab yang menjadi sasaran kami yaitu para pelajar yang masih memikirkan penampilan, untuk tampil lebih menarik dan kekinian. Hingga saat ini toko Am Collection memiliki 2 orang karyawan yang membantunya dalam melakukan pelayanan terhadap pelanggan.²

Harga yang dirikan juga cukup murah sesuai dengan budget pelajar. Misal untuk harga outter kiyowo dengan bahan rayon dibandrol dengan harga Rp. 65.000, kemeja kringkel Rp. 60.000, Nila Blouse bahan satin Rp. 50.000, raisa rajut Rp. 50.000, nara outer cringkel Rp. 50.000, kulot haighwaist bahan cringkel Rp. 70.000, rok lili polos Rp, 50.000, rajut cardigan Rp. 55.000, switer motif bahan fleecwe Rp. 60.000, dan lain-lain yang tentunya dengan model kekinian. Sedangkan untuk jam oprasionalnya Am Collection mulai dari pukul 09.00-21.00.

²*Ibid*

B. Strategi Pelayanan dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan Di Toko Am Collection Ditinjau dari Etika Bisnis Islam

Strategi pelayanan dalam sebuah usaha tidak dapat dilakukan hanya sekali proses saja, namun butuh waktu yang panjang untuk mewujudkan strategi pelayanan agar memberikan kepuasan pada pelanggan. Hal yang paling penting dan diperlukan dalam strategi pelayanan adalah bagaimana cara dan upaya untuk menarik minat masyarakat atau konsumen agar mau berbelanja dan menjadi konsumen tetap.

Pada penelitian ini, peneliti mendapatkan informasi dari pemilik dan karyawan Am Collection yaitu: ibu Anita Sari dan Dewi

Perihal strategi pelayanan yang dilakukan untuk meningkatkan pelanggan, sebagai berikut :

“Menurut dewi selaku karyawan strategi pelayanan yang diberikan untuk pelanggan yaitu harus sabar, ramah, memberika penjelasan kelebihan produk dan menjelaskan kekurangan jika terdapat kekuarangan. Selain itu saya juga memberikan penilaian jika dibutuhkan”³

Menurut ibu anita sari meminta dewi selaku karyawan saya untuk belajar berbicara, karena menjadi seorang pelayanan kunci utama adalah berbicara bagaimana menggunakan tutur bahasa yang baik dan menarik, kemudian merubah penampilan agar terlihat menarik sebab penambilan juga menjadi bagain penting, kemudian tindakan yang diberikan tidak membuat ilfeel pelanggan, tidak sombong, memberikan tanggapan yang

³ Dewi, selaku karyawan Am Collection, wawancara, pada tanggal 23 Desember 2022

baik dan memberikan solusi ketika dibutuhkan pelanggan. Lalu salah satu strategi yang saya gunakan yaitu strategi pelayanan prima, dimana dalam melakukan pelayanan memberikan pelayanan yang terbaik untuk pelanggan.⁴

Berdasarkan hasil wawancara diatas, dapat diketahui bahwa cara pemilik dan karyawan untuk melayani pelanggan dengan sangat baik, tidak sombong, ramah dan tutur kata yang sopan.

Strategi Pelayanan

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan penelitian di Toko Am Collection dengan konsep pelayanan prima. Pelayanan prima sendiri yaitu suatu kegiatan yang berhubungan dengan ide atau gagasan yang dilakukan sesuai dengan standar kualitas dalam pelayanan untuk memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan. Dalam memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan tentu saja harus dilakukan dengan baik. Misal jika terdapat pelanggan yang mengeluh terhadap pelayanan yang diberikan.

Adapun strategi pelayanan yang digunakan yaitu jenis pelayanan prima dengan acuan dari konsep Pelayanan Prima 7A+ S, yaitu :

1. Pelayanan prima point *Attitude* (Sikap)

Mengenai pelayanan prima point *Attitude* (sikap) yakni hasil wawancara dengan karyawan sebagai berikut :

“Dari cara awal menyambut pelanggan seperti senyum lalu sapa halo kak dan salam selamat pagi ada yang bisa saya bantu silahkan pilih pilih dahulu kak, kami juga diajarkan untuk selalu tersenyum jika ada pelanggan ramah tidak boleh sombong dan

⁴ Ibu Anita Sari, selaku pemilik Am Collection, wawancara, pada tanggal 23 Desember 2022

tidak membeda-bedakan pelanggan, semua yang datang akan kami sambut dengan senang hati”

Hasil wawancara dengan karyawan menunjukkan bahwa, karyawan terlihat ramah dalam pelayanan yaitu semua sudah lengkap untuk menyambut pelanggan melayani pelanggan dari awal berbelanja hingga akhir, dan tidak membeda-bedakan antara pembeli, mengenai penerapan etika bisnis islam dalam melakukan pelayanan prima yang berdasarkan pada prinsip-prinsip etika bisnis islam yaitu keadilan/keseimbangan.

2. Pelayanan prima point *Ability* (Kemampuan)

Mengenai pelayanan point *Ability* (kemampuan) yakni hasil wawancara dengan karyawan sebagai berikut :

“Cepat tanggap dalam melayani, contohnya jika konsumen kesulitan dalam menemukan letak baju atau mengambil baju yang diinginkan, atau ada yang bertanya mengenai stok barang akan dengan cepat menyiapkan atau menjawab pertanyaan pembeli”⁵

Hasil wawancara dengan karyawan menunjukkan bahwa karyawan memiliki kemampuan pelayanan yang baik dalam melayani pembeli agar pembeli mereka mau kembali lagi membeli ditoko, mengenai penerapan etika bisnis islam dalam melakukan pelayanan prima yang berdasarkan pada karakteristik etika bisnis islam yaitu prinsip tanggung jawab.

⁵ Dewi, selaku karyawan Am Collection, wawancara, pada tanggal 23 Desember 2022

3. Pelayanan prima point *Attention* (Perhatian)

Mengenai pelayanan prima point *Attention* (perhatian) yakni hasil wawancara dengan karyawan sebagai berikut :

“perhatian kami tunjukan dengan apa yang dibutuhkan pembeli dari mulai masuk toko hingga selesai berbelanja, seperti jika kesulitan membawa barang-barang belanjaan kami akan siap membantu”

Diketahui dari hasil wawancara dengan pelanggan pada pelaksanaan point perhatian ini banyak sekali terkadang pembeli enggan meminta tolong dengan adanya inisiatif ini pelanggan akan merasa puas dengan pelayanan yang ada, sehingga akan kembali berbelanja. Mengenai penerapan etika bisnis islam dalam melakukan pelayanan prima yang berdasarkan pada prinsip-prinsip etika bisnis islam yaitu prinsip tanggung jawab.

4. Pelayansan prima points *Action* (Tindakan)

Mengenai pelayanan prima point *Action* (tindakan) yakni dengan hasil wawancara berikut :

“mencatat pesanan pelanggan dan membebaskan memilih barang/produk, biasanya itu kami menawarkan produk tambahan misalnya bertanya apakah adalagi yang dibutuhkan kak ini ada produk terbaru loh yang lagi hits bisa boleh dilihat-lihat dulu kak lalu mengucapkan terimakasih”

Hasil wawancara dengan karyawan menunjukkan bahwa ini mampu membuat kedekatan dengan pelanggan, akan membuat pelanggan tertarik untuk memilih atau membeli ulang. Mengenai penerapan etika bisnis islam dalam melakukan pelayanan prima yang

berdasarkan pada prinsip-prinsip etika bisnis islam yaitu prinsip kehendak bebas.

5. Pelayanan prima point *Accountability* (Tanggung Jawab)

Mengenai pelayanan prima point *Accountability* (tanggung jawab) yakni hasil wawancara dengan karyawan sebagai berikut :

“memberi pengembalian dengan teliti dan kami selalu menyediakan barang yang berkualitas, tidak ada kerusakan dan tidak melebih-lebihkan produk, lalu jika pelanggan ingin menukarkan barang boleh namun dengan kesepakatan diawal”

Dari hasil wawancara dengan karyawan menunjukkan bahwa tidak merugikan orang lain, jujur dan apa adanya dalam branding produk mengenai penerapan etika bisnis islam dalam melakukan pelayanan prima yang berdasarkan pada prinsip-prinsip etika bisnis islam yaitu prinsip kebenaran, kebijakan dan kejujuran.

6. Pelayanan prima point *Appearance* (Penampilan)

Mengenai pelayanan prima point *Appearance* (penampilan) yakni hasil wawancara dengan karyawan sebagai berikut :

“dari penampilan kami ya diharuskan rapi, sopan dan serasi tidak boleh lusuh dan kusut”

Dari hasil wawancara dengan karyawan menunjukkan bahwa karyawan juga memperdulikan penampilan dikarenakan akan memberikan respon positif dari penerima layanan, mengenai penerapan etika bisnis islam dalam melakukan pelayanan prima yang

berdasarkan pada prinsip-prinsip etika bisnis islam yaitu prinsip tanggung jawab.

7. Pelayanan prima point *Sympaty* (Simpati)

Mengenai point *Sympati* (simpati) yakni hasil wawancara dengan karyawan sebagai berikut :

“kalau simpati itu kita disini menjunjung tinggi pembeli kita benar-benar memosisikan pembeli itu seperti raja, jadi rasa empati itu harus ada jika pembeli membutuhkan karyawan selalu siap melayani, membantu selalu tersenyum dan ramah kepada pembeli”⁶

Dari hasil wawancara dengan karyawan menunjukkan bahwa pelanggan/pembeli merupakan sumber dana bagi penghasilan karyawan semakin banyak pembeli yang merasa puas akan pelayanan otomatis akan berdampak positif bagi toko, mengenai penerapan etika bisnis islam dalam melakukan pelayanan prima yang berdasarkan pada prinsip-prinsip etika bisnis islam yaitu prinsip tanggung jawab.

Ibu Anita sari selaku pemilik toko Am Collection menjelaskan lebih lanjut mengenai strategi pelayanan prima sebagai berikut :

“insyaallah dalam melakukan bisnis usaha ini, saya tidak melakukan riba di dalamnya, jika pun ada itu menjadi urusan saya dengan Allah Swt yang tau. Akan tetapi saya selalu berusaha untuk menjahui hal tersbut”⁷

⁶ Dewi, selaku karyawan Am Collection, wawancara , pada tanggal 23 Desember 2022

⁷ Ibu Anita Sari, selaku pemilik Am Collection, wawancara, pada tanggal 23 Desember

Berdasarkan hasil tersebut, didapatkan strategi pelayanan prima sudah menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis islam yaitu prinsip kesatuan/Tauhid/Keesan, keadilan, tanggung jawab, kehendak bebas, kebenaran, kebijakan, dan kejujuran dengan memberikan pelayanan terbaik kepada pembeli

Selanjutnya, peneliti juga mewawancarai beberapa pelanggan. Dari beberapa pelanggan tersebut menjelaskan alasan membeli produk/barang ditoko Am collection. Saudari Zahra, selaku pembeli mengatakan sebagai berikut :

“alasan saya membeli baju karena sudah sering berbelanja atau sekedar melihat lihat baju atau celana dan hijab di toko Am Collection, toko Am Collection karena dekat dengan jalan besar karena itu saya tertarik makanya saya masuk kedalam dan melihat-lihat produk yang dijualnya”⁸

Selanjutnya, Saudari Pita juga selaku pelanggan mengatakan alasan membeli produk/barang sebagai berikut :

“ saya membeli baju karena cukup worth it harga dengan kualitas yang ada, saya mengetahui toko Am Collection ini dari teman Zahra lalu saya mengecek ig nya dan ternyata cukup menarik, sehingga saya berniat untuk membelinya”⁹

Selanjutnya, Saudari Ayu juga selaku pelanggan mengatakan alasan membeli produk/barang sebagai berikut :

“alasan saya membeli disini karena sudah menjadi pelanggan lama, karena ditoko Am Collection ini banyak tersedia Switer atau Hodie terbaru, sehingga saya sering berbelanja disini karna saya mencari model baju yang saya inginkan tapi terkadang

⁸ Zahra, selaku pelanggan Am Collection, Wawancara, pada tanggal 23 Desember 2022

⁹ Pita, selaku pelanggan Am Collection, wawancara, pada tanggal 23 Desember 2022

sangat di sayangkan stok barang yang saya inginkan tidak ada jadi saya kurang puas”¹⁰

Selanjutnya, saudari Melli juga selaku pelanggan mengatakan alasan membeli produk/barang sebagai berikut :

“alasan saya membeli disini karna pelayanan nya yang cepat, bisa leluasa memilih tanpa diikuti atau dibatasi ”¹¹

Selanjutnya, saudari Rosita juga selaku pelanggan mengatakan alasan membeli produk/barang sebagai berikut :

“alasan saya membeli disini karna sudah menjadi pelanggan lama, selama jadi pelanggan saya tidak pernah kesulitan memilih barang, selalu dikasih arahan letak barang maupun baju yang sedang trend”¹²

Selanjutnya, saudari melda juga selaku pelanggan mengataka alasan membeli produk/barang sebagai berikut :

“alasan saya karena karyawan nya ramah, saya dibebaskan memilih baju yang diinginkan, harga yang murah juga termasuk alasan saya membeli namun jarang sekali mengadakan promo tahunan ataupun bulanan”¹³

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat di kesimpulan bahwa pelayanan toko Am collection ini sudah baik, dimulai dari ramah, cepat dalam melayani, harga yang terjangkau, dan dibebaskan dalam memilih barang sehingga membuat pelanggan ingin kembali lagi untuk membeli.

¹⁰ Ayu, selaku pelanggan Am Collection, wawancara, Pada tanggal 23 Desember 2022

¹¹ Melli, selaku pelanggan Am Collection, wawancara, pada tanggal 23 Desember 2022

¹² Rosita, selaku pelanggan Am Collection, wawancara, pada tanggal 23 Desember 2022

¹³ Melda, selaku pelanggan Am Collection, wawancara, pada tanggal 23 Desember 2022

Namun adapun kekurangan Am collection, mengenai kekurangan dari Am Collection beberapa pelanggan menjelaskan, sebagai berikut :

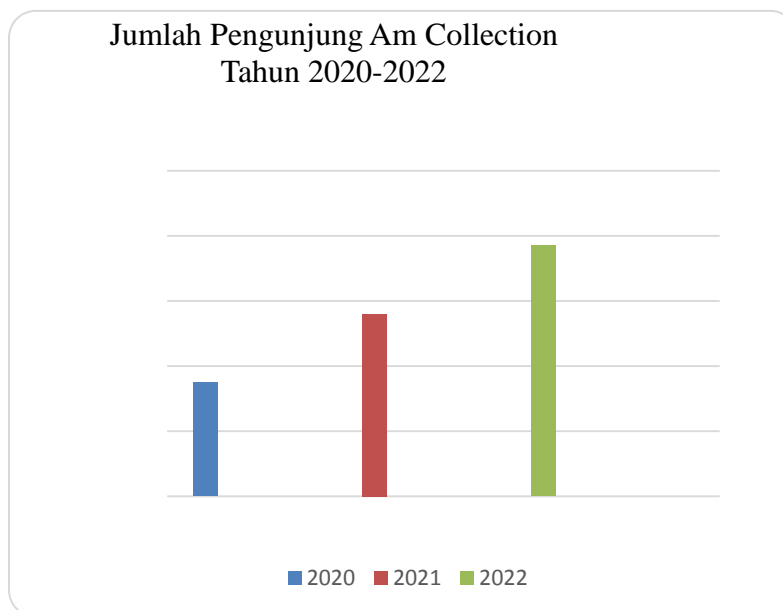
“dilihat dari stok barang yang jarang ada lalu harus sering mengadakan promo bulanan ataupun tahunan sehingga pelanggan penasaran dan berdatangan akan lebih banyak”¹⁴

Berdasarkan hasil wawancara kepada pelanggan, harus lebih memaksimalkan lagi stok barang yang dijual dan harus sering mengadakan promo. Namun dari kekurangan ini selalu diatasi dengan memberikan pelayanan yang terbaik dan harga yang terjangkau, sehingga pembeli kembali lagi untuk membeli produk/barang.

Kemudian, Ibu Anita menjelaskan lebih lanjut, beliau merasa bahwa dalam tiga tahun terakhir merasa mengalami ada peningkatan jumlah kunjungan dari tahun ke tahun meskipun tidak banyak. Tahun 2020 lalu pelanggan yang datang perhari kurang lebih 25-30 orang. Tahun 2021 jumlah kunjungan perhari kurang lebih 35-40 orang. Tahun 2022 jumlah kunjungan kurang lebih 50-55 orang. Semua itu sudah termasuk pembelian via online Instagram dan shopee. Hingga saat ini pengikut toko kami di Instagram sudah cukup banyak berkisar 21.000 ke atas, sedangkan untuk akun shopee 358 pengikut dengan rating bintang 4.5 dari 5.0. Dari hasil wawancara diatas data digambarkan peningkatan jumlah kunjungan sebagai berikut:¹⁵

¹⁴ Pelanggan Am Collection, wawancara, pada tanggal 23 Desember 2022

¹⁵ ¹⁵ Ibu Anita Sari, selaku pemilik Am Collection, wawancara, pada tanggal 23 Desember 2022s



Gambar 4.1 *Pengunjung toko Am Collection dari tahun 2020-2022*

Dari data dapat dianalisa jika dalam 1 tahun terdapat 365 hari, maka jumlah kunjungan perhari dapat dikalikan selama 1 tahun. Akan tetapi, peneliti memilih mengambil 350, karena selama 1 tahun pasti akan ada toko ditutup. Berdasarkan hasil wawancara, pada tahun 2020 jumlah kunjungan kurang lebih 25-30 orang maka dapat dihitung $25 \times 350 = 8.750$, jadi pada tahun 2020 jumlah kunjungan kurang lebih sebanyak 8.750 pelanggan. Pada tahun 2021 jumlah kunjungan 35/45 orang, maka dihitung $40 \times 350 = 14.000$, jadi pada tahun 2021 jumlah kunjungan kurang lebih sebanyak 14.000 pelanggan. Pada tahun 2022 jumlah kunjungan 50 orang, maka dihitung $50 \times 350 = 17.500$, jadi pada tahun 2022 jumlah kunjungan kurang lebih sebanyak 17.500 pelanggan.

Berdasarkan data yang telah diperoleh dapat dijelaskan bahwa dari tahun ke tahun pengunjung toko Am Collection mengalami peningkatan pelanggan. Meskipun dalam suatu bisnis akan mengalami adanya kenaikan dan penurunan jumlah pengunjung. Akan tetapi jika dilihat dari data diatas selama tiga tahun terakhir toko Am Collection tidak mengalami penurunan pelanggan, justru sebaliknya yaitu mengalami peningkatan jumlah pembeli atau pelanggan.

Anita sari menjelaskan jarang menemui pelanggan yang mengeluh baik dari segi kualitas pelayanan ataupun barang-barang yang kami jual jual jikalau ada kami akan meredakan keluhan pelanggan dengan yaitu menjadi pendengar yang baik dimana dalam percakapan tersebut kita turut merasakan apa yang dirasakan oleh pelanggan dan mendengarkan sampai akhir pokok permasalahan yang dianggap kurang memuaskan bagi pelanggan, kemudian memberikan potongan harga atau diskon atas barang yang dibelinya demi menjaga pelanggan agar kembali lagi.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa strategi pelayanan yang diterapkan pada Am Collection menggunakan strategi pelayanan prima 7A+S yaitu:

1. *Attitude* (Sikap)

Gambaran sebuah perusahaan dapat dilihat melalui karyawannya, sikap dan pelayanan perusahaan tersebut menggambarkan citra perusahaan tempat mereka bekerja secara langsung maupun tidak langsung, Berdasarkan hasil analisis yang

peneliti lakukan, bahwa toko Am Collection sudah sesuai dengan etika bisnis islam, dimana dalam memberikan pelayanan adil tidak membeda-bedakan.

Pada strategi pelayanan sikap yang digunakan, sangat baik tidak membeda-bedakan orang lain dalam melayani, selalu menyapa pelanggan yang datang, ramah tidak sombong, selalu memperhatikan pelanggan dan bersikap adil merupakan keuntungan dalam berbisnis pelanggan akan merasa puas dan berbelanja lagi ketoko.

2. *Ability* (Kemampuan)

Karyawan harus memiliki kemampuan untuk melayani pelanggan/konsumen, misalnya kemampuan menjual dan kemampuan memecahkan masalah dengan cepat. Pada strategi pelayanan kemampuan yaitu cepat tanggap dalam melayanai dimana karyawan memberikan respon kepada pelanggan sangat cepat sehingga pelanggan tidak menunggu terlalu lama.

3. *Attention* (Perhatian)

Perhatian adalah prinsip pelayanan prima berikutnya yang wajib dimiliki karyawan, terutama karyawan yang langsung berhadapan dengan pelanggan. Perhatian merupakan bentuk kepedulian toko am collection sendiri menunjukkan perhatian seperti jika pelanggan kesusahan membawa barang-barang

belanjaan karyawan akan siap membantu, dilayani dari mulai masuk ke dalam toko hingga selesai berbelanja.

4. *Action* (Tindakan)

Tindakan dalam pelayanan prima adalah tindakan nyata untuk memastikan apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan pelanggan, karyawan di toko Am Collection selalu mencatat pesanan pelanggan, dan biasanya memberi tawaran produk tambahan dengan reverensi kualitas yang bagus dan produk terbaru dan membebaskan memilih barang yang diinginkan sesuai kebutuhan dan keinginan pelanggan.

5. *Accountability* (Tanggung Jawab)

Tanggung jawab merupakan bentuk keberpihakan karyawan terhadap pelanggan, karyawan di Am Collection memberikan jaminan atas kualitas barang, bisa menukarkan barang namun atas kesepakatan diawal, memberi pengembalian uang dengan teliti, tidak melebihi lebih kan produk sehingga berkata apa adanya.

6. *Appearance* (Penampilan)

Penampilan sangat penting bagi citra perusahaan mencerminkan kreadibilitas suatu perusahaan khususnya yang berhadapan langsung dengan pelanggan, toko Am Collection penampilan karyawan selalu dijaga dan sangat memperdulikan penampilan.

7. *Sympathy* (Simpati)

Simpati merupakan konsep dasar yang harus dimiliki saat proses pelayanan, di toko Am Collection disini menjunjung tinggi pembeli dimana mereka benar-benar memposisikan pembeli itu seperti raja, jadi rasa empati itu harus ada jika pembeli membutuhkan karyawan siap melayani.¹⁶

¹⁶Devy Dwi Fajri dan Normayasari, *Pelayanan Prima*, (Wakatobi: Akademi Komunitas KedaulatanDan perikanan Wakatobi), 16-19s

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitiandan pembahasan yang telah dilakukan dapat di simpulkan bahwa strategi yang digunakan toko Am Collection dalam meningkatkan jumlah pelanggan yaitu menggunakan Strategi pelayanan prima mengacu pada 7A+S, yaitu *attitude* (sikap), *ability* (kemampuan), *attention* (perhatian), *action* (tindakan), *accountability* (tanggung jawab), *appearance* (penampilan), *sympathy* (simpati). Pada strategi pelayanan prima sudah baik namun ada pelanggan yang kurang puas dengan stok barang dan jarang adanya promo namun pemilik dan juga karyawan menyiasatinya dengan memberikan pelayanan yang terbaik. Ditinjau dari Etika Bisnis Islam strategi yang digunakan sudah memenuhi prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam.

B. Saran

Berdasarkan hasil yang peneliti lakukan diatas, maka peneliti memberikan saran kepada pemilik toko Am Collection perlu meningkatkan intensitas promosi dan selalu meningkatkan kualitas pelayanan berdasarkan etika bisnis islam sehingga baik dari segi kualitas pelayanan dan dapat meningkatkan jumlah pelanggan yang lebih banyak lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam Implementasi Etika Isami Untuk Dunia Usaha* (Bandung: Cv. Alfabeta, 2013)
- Ade Heriyanto, *Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Perspektif Etika Bisnis Islam Di Tb. Muara Aman Cirebon*, Skripsi: Institut Agama Islam Iai Bunga Bangsa Cirebon, 2020
- Albi Anggito Dan Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Jawa Barat: Cv. Jejak, 2018)
- Anita Sari Selaku Pemilik Toko Am Collection, Wawancara Pada 05 Desember 2022
- Beni Ahmad Saebani dan Kadar Nurjaman, *Manajemen Penelitian*,(Bandung: Cv. Pustaka Setia,2013)
- Dedi Purwana Dan Nurdin Hidayat, *Studi Kelayakan Bisnis* (Depok: Pt. Raja Grafindo Persada,2020)
- Devy Dwi Fajri dan Normayasari, *Pelayanan Prima*, (Wakatobi: Akademi Komunitas KedaulatanDan perikanan Wakatobi)
- Didin Fatihudin dan Anang Firmansyah, *Pemasaran Jasa Strategi (Strategi, Mengukur Kepuasan dan loyalitas Pelanggan, Yogyakarta : Cv. Budi Utama, 2019)*
- Fahtira Virdha Noor, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelangganpt Herba Penawar Alwahida Indonesia (Studi Pada Alfatih Business Center Ii Hpai Kota Bengkulu)”, Skripsi: Institut Agama Islam Negeri (Iain) Bengkulu Bengkulu, 2020
- H. Fakhry Zamzam Dan Havis Arafik, *Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan*, (Yogyakarta: Cv. Budi Utama, 2020)
- Joko Rizkie Widokarti, *Konsumen, Pemasaran, Komunikasi kontemporer*, (Bandung : Cv. Pustaka Setia, 2019)
- Muri Yusuf, *Metode Penelitian* (Jakarta : Kencana, 2017)
- Nurlia, *Strategi Pelayanan dengan konsep service excellent*, *Meraja Jurnal* , vol. No 1, 2018
- Rahman Rahim dan Enny Radjab, *Manajemen Strategi*, (Makassar: Lembaga Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Makasar,2017)

- Rahmawati, *Manajemen Pemasaran*, (Samarinda : Mulawarman University Press, 2016)
- Retno Prasetyorini, *Pelayanan Prima*, (Jawa Tengah: guruvalah Inc
- Rosnaini Daga, Citra, *Kualitas Produk, Dan Kepuasan Pelanggan*, (Sulawesi Selatan: Global Research And Consulting Institute, 2017)
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013)
- Wahyu Pamungkas Putro, Lutfi Alhazami, Lathiyfah Shanti, “Strategi Pemasaran Sepeda Pacific Di Toko L Makmur”, *Jurnal Bisnisman: Riset Bisnis Dan Manajemen*, Vol. 3, No 3, 2022
- Wulan Dari, *Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Perspektif Ekonomi Islam Listrik Pasca Bayar Di Pt Pln (Persero) Muara Tebo*, Skripsi: Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifudin Tahun Akademik 2022
- Zahra, Pita Dan Ayu Selaku Pelanggan Toko Am Collection, Wawancara Pada 05 Desember 2022

LAMPIRAN-LAMPIRAN



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

Jl. Ki Hajar Dewantara 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Website www.metrouniv.ac.id e-mail iaim@metrouniv.ac.id

Nomor : B-4463/In.28.3/D.1/TL.00/12/2021 Metro, 27 Desember 2021
Lampiran : -
Perihal : **PEMBIMBING SKRIPSI**

Kepada Yth.,
Dr. Mat Jalil.M.Hum
Di-
Tempat

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dalam rangka menyelesaikan studinya, maka kami mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu untuk membimbing mahasiswa dibawah ini:

Nama : Siti Kumiawatj
NPM : 1804041154
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul : Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan (Studi Kasus Gebrek Crown Jl. Ki Hajar Dewantara No. 15A Iringmulyo)

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Dosen Pembimbing, membimbing mahasiswa sejak penyusunan proposal sampai dengan penulisan skripsi, dengan tugas untuk mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi skripsi Bab I s.d Bab IV
2. Waktu menyelesaikan skripsi maksimal 4 (empat) semester sejak SK Pembimbing Skripsi ditetapkan oleh Fakultas
3. Diwajibkan mengikuti pedoman penulisan karya ilmiah/skripsi yang ditetapkan oleh IAIN Metro
4. Banyaknya halaman skripsi antara 60 s.d 120 halaman dengan ketentuan sebagai berikut:
 - a. Pendahuluan \pm 1/6 bagian
 - b. Isi \pm 2/3 bagian
 - c. Penutup \pm 1/6 bagian

Demikian surat ini disampaikan, atas kesediaan Bapak/Ibu diucapkan terima kasih

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Wakil Dekan Bidang Akademik dan
Kelembagaan FEBI

Siti Zulaikha



**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.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : B-0008/In.28/D.1/TL.00/01/2023
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
KEPALA Pemilik Am Collection Metro
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-0009/In.28/D.1/TL.01/01/2023, tanggal 03 Januari 2023 atas nama saudara:

Nama : **SITI KURNIAWATI**
NPM : 1804041154
Semester : 9 (Sembilan)
Jurusan : Ekonomi Syari'ah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di Pemilik Am Collection Metro, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan Di Toko Am Collection Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam".

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 03 Januari 2023
Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Siti Zulaikha S.Ag, MH
NIP 19720611 199803 2 001



**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) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: B-0009/In.28/D.1/TL.01/01/2023

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:


Nama : **SITI KURNIAWATI**
NPM : **1804041154**
Semester : **9 (Sembilan)**
Jurusan : **Ekonomi Syariah**

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di Pemilik Am Collection Metro, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan Di Toko Am Collection Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam".
 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 : 03 Januari 2023

Mengetahui,
Pejabat Setempat



Anita Sari

Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Siti Zulaikha S.Ag, MH
NIP 19720611 199803 2 001



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

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

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-24/ln.28/S/U.1/OT.01/01/2023**

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

Nama : Siti Kurniawati
NPM : 1804041154
Fakultas./ Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2022 / 2023 dengan nomor anggota 1804041154

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas administrasi Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 24 Januari 2023
Kepala Perpustakaan



As'ad
Dr. As'ad, S. Ag., S. Hum., M.H., C.Me.
NIP.19750505 200112 1 002



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

Jl. Ki Hajar Dewantara 15A Iringmulyo, Metro Timur, Kota Metro, Lampung, 34111
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa;

Nama : Siti Kurniawati
NPM : 1804041154
Jurusan : Ekonomi Syariah *

Adalah benar-benar telah mengirimkan naskah Skripsi berjudul **Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan Di Toko AM Collection Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam** untuk diuji plagiasi. Dan dengan ini dinyatakan **LULUS** menggunakan aplikasi Turnitin dengan **Score 18%**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 1 Februari 2023
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



Yudhistira Ardana, M.E.K.
NIP. 198906022020121011

**8STRATEGI PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN
JUMLAH PELANGGAN DI TOKO AM COLLECTION DITINJAU
DARI ETIKA BISNIS ISLAM**

OUTLINE

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PERSETUJUAN

NOTA DINAS

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PENGESAHAN

ABSTRAK

HALAMAN ORISINILITAS

HALAMAN MOTTO

HALAMAN PERSEMBEHAN

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

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

BAB II LANDASAN TEORI

- A. Strategi
 - 1. Pengertian Strategi Pelayanan Prima

2. Strategi Penanganan Keluhan Yang Efektif
 3. Unsur-Unsur Kualitas Pelayanan
- B. Kepuasan Pelanggan
1. Pengertian Kepuasan Pelanggan
 2. Pengukur Kepuasan Pelanggan
 3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan
- C. Etika Bisnis Islam
1. Pengertian Etika Bisnis Islam
 2. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam

BAB III METODE PENELITIAN

- A. Jenis dan Sifat Penelitian
- B. Sumber Data
- C. Teknik Pengumpulan Data
- D. Teknik Analisa Data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- A. Gambara umum Am Collection
- B. Analisis strategi pelayanan dalam meningkatkan jumlah pelanggan di Toko am collection ditinjau dari etika bisnis islam

BAB V PENUTUP

- A. Kesimpulan
- B. Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Metro, 15 Desember 2022

Pembimbing



Dr. Mat Jafil, M.Hum
NIP. 19608121998031001

Peneliti



Siti Kurniawati
NPM. 1804041154

ALAT PENGUMPULAN DATA (APD)
STRATEGI PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN
JUMLAH PELANGGAN DI TOKO AM COLLECTION DITINJAU DARI
ETIKA BISNIS ISLAM

Petunjuk pelaksanaan

1. Dengan menggunakan metode wawancara bebas terpimpin
2. Selama penelitian berlangsung peneliti mencatat dan mendeskripsikan hasil wawancara
3. Waktu pelaksanaan wawancara sewaktu-waktu dan dapat berubah mengikuti perkembangan situasi dan kondisi yang terjadi

A. Wawancara kepada pemilik Am Colletction

1. Bagaimana awal mula anda mendirikan toko Am Collection?
2. Bagaiman strategi yang anda gunakan dalam melakukan pelayanan?
3. Adalahkah pelanggan yang berkunjung dan merasa kurang puas, lalu bagaimana cara anda menanggapi keluhan pelanggan?
4. Kualitas pelayanan seperti apa yang anda terapkan ?
(missal dari segi kecepatan, ketepatan, keamanna, keramah tamahan dan rasa nyaman)
5. Apa yang anda lakukan agar pelanggan merasa puas dengan pelayaan yang diberikan?
6. Untuk melihat kepuasan pelanggan apakah anda membuat system keluhan atau kotak saran?
7. Apakah anda pernah melakukan survey terhadap kepuasan pelanggan?
8. Apakah anda memiliki pembeli bayangan/pembeli yang segaja anda suruh untuk memberikan informasi keada orang lain tentang toko anda?
9. Apakah anda pernah menganalisa mengapa pelanggan anda memilih pindah toko lain?
10. Apakah anda melakukan jasa pelayanan dengn baik?

11. kualitas produk yang anda berikan apakah sudah memenuhi keinginan pasar?
12. Dari segi harga apakah toko anda lebih murah dari yang lain, lebih mahal atau standar harga pasaran?
13. Apakah anda tau bagaimana cara melakukan pelayanan berdasarkan etika bisnis islam?
14. Bagaimana prinsip etika bisnis islam yang anda terapkan dalam melakukan pelayanan?

B. Wawancara pada karyawan Am Collection

1. Sudah berapa lama anda bergabung dengan Am Collection?
2. Bagaimana cara anda melakukan pelayanan prima/ pelayanan terbaik?
3. Apakah anda sudah menerapkan strategi pelayanan yang baik?
4. Bagaimanan cara anda dalam menghadapi keluhan pelanggan?
5. Apakah anda tau pelayanan berdasarkan etika bisnis islam?
6. Apakah anda sudah prinsip etika bisnis islam dalam melakukan pelayanan?

C. Wawancara kepada pelanggan

1. Sudah berapa kali anda melakukan pembelian di Am Collection?
2. Dari mana anda mengetahui Am Collection?
3. Apakah anda merasa puas dengan pelayanan yang diberikan?
4. Bagaimana pelayanan yang diberikan?
5. Bagaimana produk yang dijual Am Collection?
6. Bagaimana dengan harga yang diberikan Am Collection apakah sudah sesuai dengan produk yang diperjualbelikan?
7. Bagaimana penilaian anda terhadap pelayanan karyawan Am Collection?
8. Apakah anda merasa puas dengan produk yang ada di Am Collection?

Dokumentasi

Foto-foto dokumentasi yang berkaitan dengan penelitian

Data yang berkaitan dengan profil Am Collection

Metro, 15 Desember 2022

Pembimbing



Dr. Mat Jalil, M.Hum
NIP. 19608121998031001

Peneliti



Siti Kurniawati
NPM. 1804041154



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : febi.iaim@metrouniv.ac.id Website : www.febi.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Siti Kurniawati

Fakultas/Jurusan : FEBI/Ekonomi Syariah

NPM : 1804041154

Semester/TA : IX/2022

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
		<ul style="list-style-type: none">✓ Disarankan by bab 5 - 14- out line di tanda tanganc A pd Di tanda tangan	

Dosen Pembimbing,

Mahasiswa Ybs,

Dr. Mat Jalil, M.Hum
NIP. 196208121998031001

Siti Kurniawati
NPM. 1804041154



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : febi.iain@metrouniv.ac.id Website : www.febi.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Siti Kurniawati

Fakultas/Jurusan : FEBI/Ekonomi Syariah

NPM : 1804041154

Semester/TA : IX/2022

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
		lanjutkan Ace Apel dan antihumane	

Dosen Pembimbing,

Dr. Mat Jalil, M.Hum

NIP. 196208121998031001

Mahasiswa Ybs,

Siti Kurniawati

NPM. 1804041154



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

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email. stainjusi@stainmetro.ac.id website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : SITI KURNIAWATI

Jurusan/Fakultas : ESy / FEBI

NPM : 1804041154

Semester / T A : IX / 2023

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
		Daftar pustaka yg di cantumkan hanya yg di acu dan penerbitan	
		Referensi pustaka sesuai kaidah gsk-m	
		Revisi pada bab ke-1 dan menyelaraskan penulisan Abstrak	

Dosen Pembimbing

Dr. Mat Jalli, M.Hum
NIP. 19620812 199803 1 001

Mahasiswa Ybs,

SITI KURNIAWATI
NPM. 1804041154



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

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : SITI KURNIAWATI

Jurusan/Fakultas : ESy / FEBI

NPM : 1804041154


Semester / T A : IX / 2023

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
		<p>✓ Abstrak di puberka</p> <p>✓ persembaha di ubel haja yg buas² Riel</p>	<p>8</p> <p>7</p>

Dosen Pembimbing

Mahasiswa Ybs,

Dr. Mat Jalil, M.Hum
NIP. 19620812 199803 1 001


SITI KURNIAWATI
NPM. 1804041154



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

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : SITI KURNIAWATI

Jurusan/Fakultas : ESy / FEBI

NPM : 1804041154

Semester / T A : IX / 2023

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
		<i>Acc. diumumkan pada 13/1/23</i>	

Dosen Pembimbing

Mahasiswa Ybs.

Dr. Mat Jalil, M.Hum

NIP. 19620812 199803 1 001

SITI KURNIAWATI

NPM. 1804041154

DOKUMENTASI PENELITIAN



Toko Am Collection



Wawancara dengan karyawan Am Collection



Pembeli Am Collection



Pembeli Am Collection



Wawancara kepada Pelanggan



Wawancara kepada Pelanggan

RIWAYAT HIDUP PENULIS



Siti Kurniawati lahir di Intan Jaya pada tanggal 16 Januari 2001, anak keempat dari empat bersaudara pasangan Bapak Junaidi dengan Ibu Siti Khotimah. Menempuh pendidikan di SDN 174/V Intan Jaya pada tahun 2006-2012. Lalu dilanjutkan ke jenjang SMP yaitu SMP Negeri 9 Merlung tahun 2012-2015. Kemudian melanjutkan ke jenjang sekolah menengah atas di SMK Negeri 1 Merlung, selesai pada tahun 2015. Setelah itu melanjutkan pendidikan pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro yang dimulai pada Tahun Ajaran 2018/2019.