

# **SKRIPSI**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
*SUSTAINABILITY* BISNIS ISLAM  
(Studi Kasus Pada *Multimart* Syifani 29 Banjarsari Metro)**

**Oleh:**

**NORRA ANGGREINI  
NPM. 13103654**



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

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO  
1441 H / 2020 M**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
SUSTAINABILITY BISNIS ISLAM  
(Studi Kasus Pada *Multimart Syifani 29 Banjarsari Metro*)**

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

Oleh :

NORRA ANGGREINI  
NPM. 13103654

Pembimbing I : H. Husnul Fatarib, Ph. D.  
Pembimbing II : Sainul, SH., MA.

Jurusan Ekonomi Syari'ah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO  
1441 H/2020 M**

## NOTA DINAS

Nomor :  
Lampiran : 1 (satu) berkas  
Hal : **Pengajuan untuk Dimunaqsyahkan  
Saudara Norra Anggreini**

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro  
Di \_\_\_\_\_  
Tempat

*Assalammu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah Kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan seperlunya maka skripsi saudara:

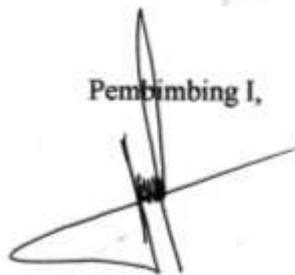
Nama : **NORRA ANGGREINI**  
NPM : 13103654  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Judul : **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
SUSTAINABILITY BISNIS ISLAM (Studi Kasus pada Multimart  
Syifani 29 Banjarsari Metro)**

Sudah dapat kami setujui dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro untuk dimunaqsyahkan.

Demikianlah harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terima kasih.

*Wassalammu'alaikum Wr. Wb.*

Pembimbing I,



**H. Husnul Fatarib, Ph.D**  
NIP.19740104 199903 1 004

Metro, Juni 2020

Pembimbing II,



**Spinal, SH, MA**  
NIP.19680706 200003 1 004

## HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
SUSTAINABILITY BISNIS ISLAM (Studi Kasus pada Multimart  
Syifani 29 Banjarsari Metro)**

Nama : **NORRA ANGGREINI**  
NPM : 13103654  
Fakultas : **Ekonomi dan Bisnis Islam**  
Jurusan : **Ekonomi Syariah**

## MENYETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi  
dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

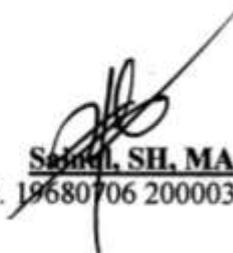
Pembimbing I,



**H. Husnul Fatarib, Ph.D**  
NIP.19740104 199903 1 004

Metro, Juni 2020

Pembimbing II,



**Saiful, SH, MA**  
NIP. 19680706 200003 1 004



**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. (0725) 41507; Faksimili (0725) 47295; Website: www.metroiniv.ac.id; E-mail: iainmetro@metroiniv.ac.id

**PENGESAHAN SKRIPSI**

No. : B-2275/In.20.3/D/PP-009/07/2020

Skripsi dengan Judul: **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP SUSTAINABILITY BISNIS ISLAM (Studi Kasus Pada Multimart Syifani 29 Banjarsari Metro)**, disusun Oleh: **NORRA ANGGREINI**, NPM: 13103654, Jurusan: Ekonomi Syariah, telah diujikan dalam sidang munaqosyah Fakultas: Ekonomi dan Bisnis Islam pada Hari/Tanggal: **Senin/29 Juni 2020**.

**TIM PENGUJI:**

Ketua/Moderator : H. Husnul Fatarib, Ph.D

Penguji I : Suci Hayati, S.Ag. M.S.I

Penguji II : Sainul, SH, MA

Sekretaris : Ani Nurul Imtihanah, S.H.I.,M.S.I



Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



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

## **ABSTRAK**

### **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP SUSTAINABILITY BISNIS ISLAM (Studi Kasus Pada *Multimart Syifani 29 Banjarsari Metro*)**

**Oleh  
NORRA ANGGREINI**

Kualitas pelayanan adalah mutu suatu tindakan atau suatu kegiatan yang ditawarkan kepada seorang konsumen yang diharapkan dapat memenuhi keinginan konsumen yang meliputi ketanggapan, keberadaan dan profesionalisme, serta seberapa jauh harapan dengan pelayanan yang diterima para pelanggan. Kualitas suatu layanan dapat dinilai melalui dimensi-dimensinya. Dimensi-dimensi tersebut dirangkum menjadi lima dimensi pokok yang meliputi: keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan benda berwujud.

Adapun yang mendorong peneliti untuk melakukan penelitian ini adalah ingin mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap *sustainability* bisnis islam di *Multimart Syifani 29 Banjarsari Metro*. Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data, wawancara dan dokumentasi. Dalam hal ini, kegiatan wawancara dilakukan dengan pemilik toko, karyawan toko, dan beberapa sampel konsumen.

Dari hasil penelitian di *Multimart Syifani 29 Banjarsari Metro* dan wawancara yang telah dilakukan peneliti, bahwasanya kualitas pelayanan yang dilakukan sudah cukup baik sehingga dapat dilihat dari hasil wawancara peneliti dengan konsumen di *Multimart Syifani 29 Banjarsari Metro* peneliti mengambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan sudah sesuai dengan standar pelayanan. Oleh sebab itu, kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap *sustainability* bisnis Islam. Hal ini sesuai dalam Al-Qur'an Surat An-Nahl ayat 91, al-Maidah ayat 1, al-Imran ayat 159, an-Nahl ayat 90 dan al-A'raf ayat 26.

## ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : NORRA ANGGREINI

NPM : 13103654

Jurusan : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

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

Metro, Juni 2020  
Yang Menyatakan,



**Norra Anggreini**  
NPM. 13103654

## MOTTO

وَلَا تُصَعِّرْ خَدَّكَ لِلنَّاسِ وَلَا تَمْشِ فِي الْأَرْضِ مَرَحًا ۚ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ كُلَّ مُخْتَالٍ

فَخُورٍ ﴿١٨﴾

Artinya: *dan janganlah kamu memalingkan mukamu dari manusia (karena sombong) dan janganlah kamu berjalan di muka bumi dengan angkuh. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang sombong lagi membanggakan diri. (QS. Luqman [31]: 18).*<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: CV. Diponegoro, 2005), h. 412

## **PERSEMBAHAN**

Syukur Alhamdulillah saya persembahkan untuk kehadiran Allah SWT, berkah Rahmat dan hidayah-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini dalam rangka memenuhi tugas dan sebagian syarat memperoleh gelar Strata Satu Ekonomi Syariah (S.E). Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua Orang Tua yang terkasih dan tercinta, Ayahanda Sucipto dan Ibunda Sutarti yang senantiasa dengan tulus ikhlas mendoakan dan membimbing saya dengan kasih sayang yang luar biasa.
2. Adik tersayang dan tercinta Danang Lafiko yang selalu memberikan semangat dan yang senantiasa mendoakan.
3. Bapak H. Husnul Fatarib, Ph. D., selaku Pembimbing I dan Bapak Sainul, SH., MA., selaku Pembimbing II pada skripsi ini, yang telah memberikan saran dan bimbingan yang sangat berharga kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Sahabat-sahabat tercinta, Eka Maya, Yun Farida, Rif'atul Muzayyanah, Rizka Ludfia Janah, dan Wahyu Septiani, yang selalu memberikan semangat pantang menyerah dan telah membantu dari awal hingga akhir.
5. Almamater kebanggaan saya Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT atas taufik hidayah dan inayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini. Penelitian skripsi ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan Jurusan S1 Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Syariah (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. Hj. Enizar, M.Ag., selaku Rektor IAIN Metro.
2. Ibu Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Dharma Setyawan, MA., selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah.
4. Bapak H. Husnul Fatarib, Ph. D., selaku Pembimbing I pada skripsi ini, yang telah memberikan bimbingan yang sangat berharga kepada peneliti.
5. Bapak Sainul, SH., MA., selaku Pembimbing II pada skripsi ini, yang telah memberikan bimbingan yang sangat berharga kepada peneliti.
6. Bapak dan Ibu Dosen/Karyawan IAIN Metro yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan sarana prasarana selama peneliti menempuh pendidikan.
7. Ayahanda dan Ibunda tercinta yang senantiasa mendo'akan dan memberikan dukungan dalam menyelesaikan pendidikan.

8. Pemilik dan segenap karyawan *Multimart* Syifani 29 Banjarsari Metro yang telah memberikan informasi yang berharga kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Kritik dan saran demi kebaikan skripsi ini sangat diharapkan dan akan diterima dengan kelapangan dada. Dan akhirnya semoga hasil penelitian yang telah dilakukan kiranya dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu Ekonomi Syariah.

Metro, Juni 2020  
Peneliti,



**Norra Anggreini**  
NPM. 13103654

## DAFTAR ISI

	<b>Hal.</b>
<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>NOTA DINAS</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERSETUJUAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>PENGESAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>ORISINALITAS PENELITIAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>viii</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Pertanyaan Penelitian .....	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	5
D. Penelitian Relevan .....	6
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>9</b>
A. Kualitas Pelayanan .....	9
1. Pengertian Kualitas Pelayanan .....	9
2. Dimensi Kualitas Pelayanan.....	12
3. Tujuan Kualitas Pelayanan .....	16
B. <i>Sustainability</i> Bisnis .....	17
1. Bisnis .....	17
a. Pengertian Bisnis .....	17
b. Tujuan Bisnis.....	19
2. <i>Sustainability</i> Bisnis .....	21
a. Pengertian <i>Sustainability</i> Bisnis Islam .....	21
b. Persaingan Bisnis Islam.....	25
c. Faktor-Faktor Keberhasilan Usaha.....	28
d. Faktor-Faktor Kegagalan Usaha.....	33

C. Kualitas Pelayanan Terhadap Sustainability Bisnis dalam Islam	36
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>41</b>
A. Jenis dan Sifat Penelitian.....	41
B. Sumber Data .....	41
C. Teknik Pengumpulan Data .....	42
D. Teknik Analisa Data .....	44
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>45</b>
A. Gambaran Umum Daerah Penelitian.....	45
B. Standar Pelayanan di <i>Multimart Syifani 29 Banjarsari Metro</i> .	45
C. Kualitas Pelayanan di <i>Multimart Syifani 29 Metro</i> .....	46
D. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap <i>Sustainability</i> Bisnis Islam di <i>Multimart Syifani 29 Banjarsari Metro</i> .....	50
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>53</b>
A. Kesimpulan .....	53
B. Saran.....	54

**DAFTAR PUSTAKA**  
**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Halaman</b>
4.1. Konsumen di <i>Multimart</i> Syifani 29 Metro sebagai Responden .....	46

## **DAFTAR LAMPIRAN**

1. Surat Bimbingan
2. Outline
3. Alat Pengumpul Data
4. Surat Research
5. Surat Tugas
6. Surat Keterangan Bebas Pustaka
7. Formulir Konsultasi Bimbingan Skripsi
8. Riwayat Hidup

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Masyarakat merupakan konsumen yang mengkonsumsi barang yang dijual oleh para pedagang di pasar. Konsumen akan menjadi sasaran pedagang yang ada di pasar untuk menjadikannya sebagai pembeli dari produk-produk yang dijual pedagang tersebut. Konsumen membuat banyak keputusan pembelian setiap hari. Kebanyakan perusahaan besar meneliti keputusan pembelian konsumen secara sangat rinci untuk menjawab pertanyaan tentang apa yang dibeli konsumen, dimana mereka membeli, dan mengapa mereka membeli.<sup>1</sup> Berbagai macam cara akan pedagang lakukan agar produk-produk yang mereka jual dapat dibeli oleh konsumen tersebut.

Perkembangan persaingan bisnis di Indonesia adalah salah satu fenomena yang sangat menarik untuk kita simak, terlebih dengan adanya globalisasi dalam bidang ekonomi yang semakin membuka peluang pengusaha asing untuk turut berkompetisi dalam menjaring konsumen lokal.

Dalam setiap persaingan, pebisnis banyak melakukan cara atau strategi yang lebih baik agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen serta memberikan kepuasan secara maksimal, dan melayani dengan sebaiknya, karena tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan rasa puas kepada konsumen. Perusahaan perlu melihat pentingnya konsumen dipuaskan dengan harga yang

---

<sup>1</sup> Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2008), h. 158

relatif murah dan kualitas pelayanan yang baik. Kepuasan konsumen akan memberikan keuntungan lebih bagi perusahaan.

Jasa atau layanan adalah suatu proses yang terdiri atas serangkaian aktivitas *intangibile* (berwujud) yang biasanya (namun tidak harus selalu) terjadi pada interaksi antara pelanggan dan karyawan jasa dan/atau sumber daya fisik atau barang dan/atau sistem penyedia jasa yang disediakan sebagai solusi atas masalah pelanggan.<sup>2</sup>

*Sustainability* atau keberlangsungan usaha adalah suatu bentuk konsistensi dari suatu usaha, dimana keberlangsungan ini merupakan suatu proses berlangsungnya usaha baik mencakup pertumbuhan, perkembangan, strategi untuk menjaga kelangsungan usaha dan pengembangan usaha dimana semua ini bermuara pada keberlangsungan dan eksistensi (ketahanan) usaha.<sup>3</sup> Bisnis berkelanjutan atau *sustainability* melibatkan proses dan tindakan yang menjaga perusahaan dari waktu ke waktu dan juga menjaga keberlangsungan bisnis dalam menghadapi persaingan agar tetap berjalan baik.

Al-Qur'an memandang bisnis sebagai pekerjaan yang menguntungkan dan menyenangkan. Al-Qur'an sering kali mengungkap bahwasannya pekerjaan dagang adalah sebuah pekerjaan yang paling menarik.<sup>4</sup> Agama Islam mengajarkan kepada umatnya agar setiap tindakan bisnis yang dilakukan selalu berpedoman dengan kaidah-kaidah Islam. Hal ini dilakukan

---

<sup>2</sup> Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Servis Quality & Satisfaction*, (Yogyakarta: ANDI, 2011), h. 17

<sup>3</sup> Niken handayani, "*Modal Sosial dan Keberlagsungan Usaha*", Skripsi Tahun 2013.

<sup>4</sup> Mustaq Ahmad, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2003), h. 17

supaya masyarakat khususnya umat muslim tidak terjebak dalam hal yang dilarang oleh agama Islam.

Adapun praktik penjualan yang ada di *Multimart* Syifani 29, peneliti mengamati pelayanan khususnya yang dilakukan oleh seorang karyawan di *Multimart* Syifani 29 Banjarsari Metro. Pelayanan juga bisa dilakukan oleh manajer toko secara langsung bisa juga dilakukan oleh para karyawan yang ada di *Multimart* Syifani 29 Banjarsari Metro tersebut.

Berdasarkan pengamatan peneliti pada *Multimart* Syifani, peneliti melihat adanya perilaku pelayanan dimana karyawan lebih mendahulukan melayani konsumen yang membeli produk lebih banyak dibandingkan dengan konsumen yang sama-sama membeli produk namun jumlahnya lebih sedikit. Di sini terlihat adanya ketidak seimbangan (keadilan) antara konsumen yang membeli produk dengan jumlah sedikit dengan konsumen yang membeli produk dengan jumlah banyak.

Kualitas suatu layanan dapat dinilai melalui dimensi-dimensinya. Dimensi-dimensi tersebut dirangkum menjadi lima dimensi pokok yang meliputi: keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan benda berwujud.

Keandalan yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Dari hasil pengamatan mengenai dimensi kualitas layanan peneliti melihat pada saat pertama pembeli atau pelanggan datang karyawan langsung menyambut dan melayani pembeli atau pelanggan.

Daya tanggap yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap. Peneliti melihat pada saat pembeli atau pelanggan datang langsung disambut oleh seorang karyawan. Karyawan juga cepat tanggap dalam menanggapi permintaan pelanggan. Namun, karyawan meninggalkan pembeli satu dan menanggapi pembeli lain untuk melayani permintaan pembeli lain.

Jaminan berarti para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan. Peneliti melihat ada sedikit pengetahuan yang dimiliki pedagang atau karyawan mengenai kualitas barang, tetapi dalam melayani pembeli atau pelanggan, karyawan bersikap baik dan sopan kepada pembeli atau pelanggan.

Empati merupakan kesediaan memberikan perhatian yang mendalam dan khusus kepada masing-masing pelanggan. Peneliti melihat dalam melayani pembeli atau pelanggan, karyawan sangat memerhatikan kebutuhan pembeli atau pelanggan. Namun, berdasarkan wawancara dengan beberapa pembeli atau pelanggan bahwa karyawan toko sering meninggalkan pembeli dan melayani pembeli lainnya. Padahal mereka belum selesai mencari apa yang diinginkan.

Benda berwujud merupakan penampilan fisik, perlengkapan, karyawan dan bahan komunikasi seperti: peralatan modern, fasilitas yang secara visual menarik, karyawan yang memiliki penampilan yang rapi dan profesional, bahan-bahan materi yang enak dipandang yang diasosiasikan

dengan layanan. Peneliti melihat para karyawan memiliki penampilan yang rapi dan profesional dalam melayani pembeli atau pelanggan. Untuk fasilitas toko sudah ada pendingin ruangan dan juga tempat parkir yang luas dan juga gratis.

Harga murah, juga tidak main harga dan modal jangan diganggu merupakan salah satu cara mempertahankan persaingan agar tetap eksis dalam dunia bisnis.<sup>5</sup> Selain itu, dalam mempertahankan persaingan juga harus memperhatikan pelayanan. Pelayanan yang baik perlu diberikan untuk menciptakan kepuasan pelanggan, misalnya menjawab pertanyaan-pertanyaan pelanggan, memberikan apa yang dibutuhkan pelanggan dan lain-lain.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, peneliti merasa tertarik untuk meneliti mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap *sustainability* bisnis Islam. Maka dari itu, peneliti mengambil judul “**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP SUSTAINABILITY BISNIS ISLAM (Studi Kasus Pada Multimart Syifani 29 Banjarsari Metro)**”.

## **B. Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan identifikasi masalah sebagaimana diuraikan di atas, dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut :

“Bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap *sustainability* bisnis Islam Multimart Syifani 29 Banjarsari Metro?”

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

### **1. Tujuan Penelitian**

---

<sup>5</sup> Hasil Wawancara dengan Bapak Adri, selaku Pemilik Toko Multimart Syifani 29 pada tanggal 17 Januari 2017

Berdasarkan pertanyaan penelitian di atas, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap *sustainability* bisnis Islam di *Multimart* Syifani 29 Banjarsari Metro.

## 2. Manfaat Penelitian

### a. Secara Teoritis

Penelitian ini dapat memberikan pengetahuan mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap *sustainability* bisnis Islam.

### b. Secara Praktis

Penelitian ini dapat memberikan kegunaan bagi masyarakat yang berbisnis di bidang penjualan tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap *sustainability* bisnis Islam.

## D. Penelitian Relevan

Penelitian relevan memuat uraian secara sistematis mengenai hasil penelitian terdahulu (*prior research*) tentang persoalan yang akan dikaji. Terdapat beberapa penelitian yang berhubungan dengan permasalahan yang diangkat dalam pembahasan atau topik penelitian ini. Oleh karena itu, peneliti akan memaparkan beberapa karya ilmiah yang terkait dengan pembahasan peneliti.

Skripsi yang disusun oleh Dwi Hapsari yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Calon Konsumen di Toko Bangunan Pasar Raman Utara dalam Perspektif Etika Bisnis Islam”. Dalam penelitiannya, Dwi Hapsari Menganalisis bahwa kualitas layanan sangat

berpengaruh terhadap keputusan pembelian calon konsumen.<sup>6</sup> Adapun perbedaannya dengan skripsi sebelumnya adalah meskipun sama-sama membahas tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan, disini peneliti lebih mengarah kepada Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap *Sustainability* Bisnis Islam.

Skripsi yang disusun oleh Ria Kartini yang berjudul “Kualitas Pelayanan dan Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di *Multimart* Simbawaringin Kabupaten Lampung Tengah”. Dalam penelitiannya, Ria Kartini menganalisis bahwa kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.<sup>7</sup> Adapun perbedaannya dalam skripsi sebelumnya adalah meskipun sama-sama membahas tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan, disini peneliti lebih mengarah kepada Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap *Sustainability* Bisnis Islam.

Skripsi yang disusun oleh Eko Yuwananto yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Usaha Bahan Bangunan Sembilan Lima Di Kecamatan Gunungpati”. Dalam penelitiannya, Eko Yuwananto menganalisis bahwa Kualitas pelayanan, dan harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.<sup>8</sup> Adapun perbedaannya dalam skripsi sebelumnya adalah meskipun sama-sama

---

<sup>6</sup> Dwi Hapsari, *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Calon Konsumen di Toko Bangunan Pasar Raman Utara dalam Perspektif Etika Bisnis Islam*, Skripsi Tahun 2016.

<sup>7</sup> Ria Kartini, *Kualitas Pelayanan dan Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di *Multimart* Simbawaringin Kabupaten Lampung Tengah*, Skripsi Tahun 2016

<sup>8</sup> Eko Yuwananto, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Usaha Bahan Bangunan Sembilan Lima Di Kecamatan Gunungpati*, Dalam Laman <http://lib.unnes.ac.id/7425/1/10419.pdf> Diunduh pada Tanggal 10 Maret 2017

membahas tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan, disini peneliti lebih mengarah kepada Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap *Sustainability* Bisnis Islam.

Dari hasil penelitian yang dikemukakan di atas, dapat diketahui bahwa penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti memiliki kajian yang berbeda, walaupun memiliki fokus kajian yang sama pada tema-tema tertentu. Dalam penelitian ini lebih memfokuskan pada masalah Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap *Sustainability* Bisnis Islam Studi Kasus Pada *Multimart* Syifani 29 Banjarsari Metro.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Kualitas Pelayanan

##### 1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas jasa/layanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.<sup>1</sup>

Dalam rangka menciptakan kepuasan pelanggan, produk yang ditawarkan organisasi harus berkualitas. Secara sederhana, kualitas bisa diartikan sebagai produk yang bebas cacat. Dengan kata lain, produk sesuai dengan standar (target, sasaran atau persyaratan yang bisa didefinisikan, diobservasi dan diukur). Namun, pemahaman mengenai kualitas diperluas menjadi “*fitness for use*” dan “*conformance to requirements*”. Kualitas mencerminkan semua dimensi penawaran produk yang menghasilkan manfaat bagi pelanggan.<sup>2</sup>

Berkaitan dengan pelayanan, ada dua istilah yang perlu diketahui, yaitu melayani dan pelayanan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia pengertian melayani adalah membantu menyiapkan (mengurus) apa yang diperlukan seseorang. Sedangkan pengertian pelayanan adalah usaha melayani kebutuhan orang lain. Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada konsumen, yang

---

<sup>1</sup> Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, (Yogyakarta: ANDI, 2004), h. 59

<sup>2</sup> Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Pemasaran Strategik*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2012), h. 74.

bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Adapun karakteristik tentang pelayanan agar menjadi dasar bagaimana memberikan pelayanan yang terbaik, yaitu:<sup>3</sup>

- a. Pelayanan bersifat tidak dapat diraba, pelayanan sangat berlawanan sifatnya dengan barang jadi.
- b. Pelayanan itu kenyataannya terdiri dari tindakan nyata dan merupakan pengaruh yang sifatnya adalah tindakan sosial.
- c. Produksi dan konsumsi dari pelayanan tidak dapat dipisahkan secara nyata, karena pada umumnya kejadiannya bersamaan dan terjadi ditempat yang sama.

Pelayanan prima merupakan pelayanan yang sangat baik dan atau pelayanan yang terbaik. Disebut sangat baik atau terbaik, karena sesuai dengan standar pelayanan yang berlaku atau dimiliki oleh instansi yang memberikan pelayanan serta memuaskan pelanggan. Instansi pelayanan harus memiliki standar pelayanan yang dapat menjadi ukuran dalam memuaskan pelanggan. Pelayanan disebut sangat baik atau terbaik atau akan menjadi prima, manakala dapat atau mampu memuaskan pihak yang dilayani (pelanggan). Jadi, pelayanan prima dalam hal ini sesuai dengan harapan pelanggan.<sup>4</sup>

Kualitas layanan mencerminkan perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan ekspektasi pelanggan. Kualitas layanan diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan

---

<sup>3</sup> M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 211.

<sup>4</sup> *Ibid.*

dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi atau melampaui harapan pelanggan.<sup>5</sup>

Berdasarkan konsep kualitas pelayanan diatas, kualitas pelayanan adalah mutu suatu tindakan atau suatu kegiatan yang ditawarkan kepada seorang konsumen yang diharapkan dapat memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen.

## 2. Dimensi Kualitas Pelayanan

Kualitas suatu layanan dapat dinilai melalui dimensi-dimensinya. Dimensi-dimensi tersebut dirangkum menjadi lima dimensi pokok yang meliputi: keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan benda berwujud.

### a. Keandalan

Menurut Fandy Tjiptono keandalan (*reliability*) yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.<sup>6</sup> Sementara menurut Philip Kotler, keandalan meliputi: memberikan layanan sesuai janji, ketergantungan dalam menangani masalah layanan pelanggan, melayani layanan pada saat pertama, menyediakan layanan pada waktu yang dijanjikan, dan mempertahankan rekor bebas cacat.<sup>7</sup>

Berdasarkan teori keandalan diatas, bahwa keandalan dari sebuah layanan yang diberikan oleh seorang pedagang atau seorang karyawan dapat dilihat dari beberapa aspek, diantaranya adalah

---

<sup>5</sup> Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Pemasaran Strategik*, h. 77.

<sup>6</sup> Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, h. 70

<sup>7</sup> Philip Kotler & Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PTIndeks, 2007),

keandalan seorang pedagang atau seorang karyawan dalam memberikan layanan sesuai janji. Dengan memberikan pelayanan sesuai janji diharapkan pedagang atau karyawan tersebut bisa mendapatkan simpati dari pembeli atau pelanggan atas ketepatan pelayanan yang pelanggan terima.

b. Daya Tanggap

Menurut Fandy Tjiptono daya tanggap (*responsiveness*) yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.<sup>8</sup> Daya tanggap berkenaan dengan ketersediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.<sup>9</sup>

Sementara menurut Philip Kotler, daya tanggap merupakan kesediaan membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat, seperti: mengusahakan pelanggan tetap terinformasi, misalnya kapan layanan itu akan dilakukan, layanan yang tepat pada pelanggan, dan kesiapan untuk menanggapi permintaan pelanggan.<sup>10</sup>

Menurut teori diatas, bahwa suatu pelayanan yang baik diharapkan dapat terwujud apabila seorang pedagang atau seorang karyawan memberikan respon (tanggapan) yang cepat dan tepat atas

---

<sup>8</sup> Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, h. 70

<sup>9</sup> Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Servis Quality & Satisfaction*, (Yogyakarta: ANDI, 2011),h. 198

<sup>10</sup> Philip Kotler & Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, h. 56

keinginan dari pembeli atau pelanggan. Semakin cepat seorang pedagang atau seorang karyawan memberikan respon atau tanggapan terhadap permintaan pembeli atau pelanggan, maka semakin baik penilaian pembeli atau pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan.

c. Jaminan

Menurut Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, yakni perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan.<sup>11</sup>

Sementara menurut Philip Kotler, bentuk jaminan dapat dilihat dari: karyawan yang membangkitkan kepercayaan kepada pelanggan, membuat pelanggan merasa aman dalam transaksi mereka, karyawan yang sangat santun, dan karyawan yang memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan pelanggan.<sup>12</sup>

Menurut teori jaminan diatas, bahwa jaminan dibutuhkan oleh para pembeli atau pelanggan untuk menciptakan rasa aman atas pelayanan yang diberikan oleh seorang pedagang atau seorang karyawan. Jaminan atas pelayanan dapat diwujudkan dengan sikap

---

<sup>11</sup> Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Servis Quality & Satisfaction*, h. 198

<sup>12</sup> Philip Kotler & Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, h. 56

(tingkah laku) yang diberikan oleh seorang pedagang atau seorang karyawan kepada pembeli atau pelanggan. Sikap (tingkah laku) yang baik dan keterampilan seorang pedagang atau seorang karyawan dalam melayani pembeli atau pelanggan akan memberikan jaminan yang diharapkan bisa menarik minat beli konsumen.

d. Empati

Menurut Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.<sup>13</sup>

Menurut Philip Kotler, empati merupakan kesediaan memberikan perhatian yang mendalam dan khusus kepada masing-masing pelanggan seperti: memberikan pelanggan perhatian individual, karyawan yang menghadapi pelanggan yang peduli mode, sangat memerhatikan kepentingan pelanggan terbaik, karyawan yang memahami kebutuhan pelanggan mereka, jam bisnis yang nyaman.<sup>14</sup>

Berdasarkan teori empati diatas, bahwa empati dapat dijadikan cara untuk memberikan pelayanan yang diharapkan dapat menarik hati pembeli atau pelanggan. Pelayanan tersebut berupa tindakan yang diberikan oleh seorang pedagang atau seorang

---

<sup>13</sup> Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Servis Quality & Satisfaction*, h. 198

<sup>14</sup> Philip Kotler & Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, h. 56

karyawan dalam memperhatikan dan memahami apa saja kebutuhan pembeli atau pelanggan.

e. Benda Berwujud

Menurut Philip Kotler benda berwujud merupakan penampilan fisik, perlengkapan, karyawan dan bahan komunikasi seperti: peralatan modern, fasilitas yang secara visual menarik, karyawan yang memiliki penampilan yang rapi dan profesional, bahan-bahan materi yang enak dipandang yang diasosiasikan dengan layanan.<sup>15</sup> Menurut Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, bukti fisik meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan, dan sarana komunikasi.<sup>16</sup>

Berdasarkan teori benda berwujud diatas, benda berwujud dari suatu pelayanan dapat dilihat secara nyata oleh pembeli atau pelanggan secara langsung, misalnya saja dari penampilan dari seorang pedagang atau seorang karyawan. Penampilan yang rapi dan bersih akan memberikan kesan yang dapat dilihat secara langsung dan dinilai secara langsung oleh pembeli atau pelanggan. Penampilan yang rapi dan bersih diharapkan akan lebih menarik perhatian pembeli atau pelanggan. Selain penampilan, fasilitas fisik seperti pendingin ruangan, tempat parkir yang gratis dan luas, dan lain-lain.

---

<sup>15</sup> *Ibid.*

<sup>16</sup> Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Pemasaran Strategik*, h. 75

Berdasarkan teori dimensi kualitas layanan, bahwa menurut Philip Kotler dan Fandy Tjiptono dimensi kualitas layanan terdapat lima aspek yakni keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan benda berwujud. Pendapat tersebut memberikan teori agar tidak hanya kemampuan karyawan dalam menghadapi konsumen saja tetapi suatu layanan tersebut dapat memberikan kepuasan pada konsumen. Demikian pula dengan mengetahui dimensi kualitas layanan akan diketahui apakah layanan yang diberikan kepada konsumen berkualitas atau tidak.

### **3. Tujuan Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan diberikan kepada konsumen harus berfungsi untuk lebih memberikan kepuasan yang maksimal, oleh karena itu dalam rangka memberikan pelayanan harus dilakukan sesuai dengan fungsi pelayanan. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh setiap perusahaan tentunya mempunyai tujuan. Umumnya tujuan dengan diadakannya pelayanan adalah agar konsumen merasakan adanya kepuasan dan dampaknya bagi perusahaan akan memperoleh laba maksimum.<sup>17</sup>

Berdasarkan teori tersebut diatas, dapat diuraikan bahwa tujuan kualitas layanan dapat terwujud apabila konsumen dapat merasakan kepuasan atas layanan yang salah satunya dapat diaplikasikan dengan memenuhi hak-hak konsumen yang telah diberikan oleh sebuah perusahaan atau seorang pedagang, sehingga konsumen dapat memberikan kepercayaan mereka kepada seorang pedagang.

---

<sup>17</sup> <http://www.kajianpustaka.com/2013/04/kualitas-pelayanan-pelanggan.html>, Diunduh Pada Tanggal 3 April 2017

## B. *Sustainability* Bisnis Islam

### 1. Bisnis Islam

#### a. Pengertian Bisnis Islam

Menurut Skinner (1992), bisnis adalah pertukaran barang, jasa atau uang yang saling menguntungkan atau memberikan manfaat. Pada dasarnya bisnis memiliki makna sebagai “*the buying and selling of goods and service*”. Sedangkan Raymond E. Glos et.al (1976) menyebutkan bahwa bisnis adalah jumlah seluruh kegiatan yang diorganisasi oleh orang-orang yang berkecimpung dalam bidang perniagaan dan industri, menyefiakan barang dan jasa untuk kebutuhan mempertahankan dan memperbaiki standar serta kualitas hidup mereka. Secara sederhana bisnis adalah semua kegiatan yang dilakukan seseorang atau lebih yang terorganisasi dalam mencari laba melalui penyediaan produk yang dibutuhkan oleh masyarakat.<sup>18</sup>

Berbisnis adalah bagian dari muamalah. Bisnis tidak terlepas dari hukum-hukum yang mengatur masalah muamalah karenanya, persaingan bebas yang menghalalkan segala cara merupakan praktik yang harus dihilangkan karena bertentangan dengan prinsip-prinsip muamalah islami.<sup>19</sup> Kebaikan dan kesuksesan serta kemajuan suatu bisnis sangat tergantung pada kesungguhan dan ketekunan kerja seorang pelaku bisnis.<sup>20</sup>

---

<sup>18</sup> Francis Tantri, *Pengantar Bisnis*, ( Jakarta: Rajawali Pers, 2009), 4

<sup>19</sup> Yusanto dan Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2002), 93.

<sup>20</sup> Mustaq Ahmad, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2003), 15

Islam mewajibkan setiap muslim, khususnya yang memiliki tanggungan untuk bekerja. Bekerja merupakan salah satu sebab pokok yang memungkinkan manusia memiliki harta kekayaan. Untuk memungkinkan manusia berusaha mencari nafkah, Allah SWT melapangkan bumi serta menyediakan berbagai fasilitas yang dapat dimanfaatkan manusia untuk mencari rezeki.

اللَّهُ الَّذِي خَلَقَ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضَ وَأَنْزَلَ مِنَ السَّمَاءِ مَاءً فَأَخْرَجَ بِهِ مِنَ الثَّمَرَاتِ رِزْقًا لَكُمْ ۗ وَسَخَّرَ لَكُمُ الْفُلْكَ لِتَجْرِيَ فِي الْبَحْرِ بِأَمْرِهِ ۗ وَسَخَّرَ لَكُمُ الْأَنْهَارَ ﴿١٤﴾ وَسَخَّرَ لَكُمُ الشَّمْسَ وَالْقَمَرَ دَائِبِينَ ۗ وَسَخَّرَ لَكُمُ اللَّيْلَ وَالنَّهَارَ ﴿١٥﴾ وَءَاتَاكُمْ مِنْ كُلِّ مَا سَأَلْتُمُوهُ ۚ وَإِنْ تَعَدُّوا نِعْمَتَ اللَّهِ لَا تَحْصُوهَا ۗ إِنَّ الْإِنْسَانَ لَذَلُولٌ ۝ كَفَّارٌ ﴿١٦﴾

Artinya: “Allah-lah yang telah menciptakan langit dan bumi dan menurunkan air hujan dari langit, kemudian Dia mengeluarkan dengan air hujan itu berbagai buah-buahan menjadi rezki untukmu; dan Dia telah menundukkan bahtera bagimu supaya bahtera itu, berlayar di lautan dengan kehendak-Nya, dan Dia telah menundukkan (pula) bagimu sungai-sungai. Dan Dia telah menundukkan (pula) bagimu matahari dan bulan yang terus menerus beredar (dalam orbitnya); dan telah menundukkan bagimu malam dan siang. Dan Dia telah memberikan kepadamu (keperluanmu) dan segala apa yang kamu mohonkan kepadanya. dan jika kamu menghitung nikmat Allah, tidaklah dapat kamu menghinggakannya. Sesungguhnya manusia itu, sangat zalim dan sangat mengingkari (nikmat Allah)”. Q.S. Ibrahim (14) : 32-34<sup>21</sup>

<sup>21</sup> Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahannya, (Bandung: Diponegoro, 2008), h. 259-260

Dari paparan diatas, bisnis islami dapat diartikan sebagai serangkaian aktifitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah (kuantitas) kepemilikan hartanya (barang/jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara perolehan dan pendayagunaan hartanya (ada aturan halal dan haram).<sup>22</sup>

Berdasarkan teori diatas, bisnis islam adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh manusia untuk memperoleh pendapatan atau penghasilan atau rizki dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan hidupnya dengan cara mengelola sumberdaya ekonomi secara efektif dan efisien dalam syariat islam.

#### **b. Tujuan Bisnis**

Tujuan sangat diperlukan bagi setiap bisnis agar tetap beroperasi dan memiliki kelangsungan hidup. Ada beberapa tujuan bisnis, diantaranya:<sup>23</sup>

- 1) Profit (keuntungan)
- 2) Mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan
- 3) Pertumbuhan perusahaan
- 4) Tanggung jawab sosial

Mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan merupakan tujuan yang wajar, karena tujuan yang lain dapat dicapai hanya bila bisnis tetap bertahan hidup. Sedangkan bertumbuh merupakan tujuan karena bisnis tidak dapat tetap seperti semula adanya.

---

<sup>22</sup> Yusanto dan Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami*, h. 17

<sup>23</sup> Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, 14

Meskipun kelangsungan hidup, pertumbuhan, dan pertanggung jawaban sosial merupakan tujuan yang penting, profit memegang peranan yang penting dalam bisnis. Profit/keuntungan dapat dipandang dari dua sisi, yaitu keuntungan bisnis dan keuntungan ekonomis. Keuntungan bisnis merupakan selisih antara pendapatan (penghasilan) dengan pengeluaran (biaya-biaya). Untuk menghasilkn keuntungan dalam bisnis terkandung faktor resiko. Makin tinggi keuntungan yang diharapkan, akan makin besar pula risiko yang dihadapi bisnis perusahaan. Oleh karena itu, faktor risiko perlu diperhitungkan dengan matang dalam menjalankan bisnis tersebut.<sup>24</sup>

Keuntungan ekonomis adalah sisa usaha setelah pengeluaran aktual dan biaya peluang (*opportunity costs*) dikurangi dari pendapatan. Yang dimaksud dengan biaya peluang adalah biaya pemilihan untuk menggunakan sumberdaya untuk satu tujuan sementara mengorbankan alternatif terbaik lainnya bagi penggunaan sumberdaya tersebut.<sup>25</sup>

Jika profit telah diraih sesuai target, perusahaan akan mengupayakan pertumbuhan atau kenaikan terus menerus dari setiap profit itu. Hasil perusahaan akan terus diupayakan agar tumbuh meningkat setiap tahunnya. Karena itu, perlu diupayakan terus agar

---

<sup>24</sup> *Ibid.*

<sup>25</sup> *Ibid.*

pertumbuhan target hasil yang telah diraih dapat dijaga keberlangsungannya dalam kurun waktu yang cukup lama.<sup>26</sup>

Keempat tujuan bisnis diatas, yaitu profit/keuntungan, mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, pertumbuhan perusahaan, dan tanggung jawab sosial saling terkait, karena keuntungan perusahaan digunakan untuk memepertahankan hidup perusahaan dan menumbuhkembangkan perusahaan serta merupakan bukti tanggung jawab sosial perusahaan dalam bentuk memberikan lapangan pekerjaan kepada masyarakat.

## **2. Sustainability Bisnis Islam**

### **a. Pengertian Sustainability Bisnis Islam**

Kata berkelanjutan sendiri menggambarkan atau memberikan arti sebuah proses atau tindakan kelanjutan jangka panjang, menyebabkan atau membiarkan sesuatu berlanjut dalam jangka waktu tertentu, dan sebuah proses atau tindakan yang membuat sesuatu tetap berjalan atau membuat sesuatu tetap berjalan.<sup>27</sup>

Keberlangsungan (*sustainnability*) dalam Kamus Lengkap Bahasa Indonesia diartikan sebagai suatu bentuk kata kerja yang menerangkan suatu keadaan yang sedang berlangsung terus menerus dan berlanjut, merupakan suatu proses yang terjadi dan nantinya bermuara pada suatu eksistensi atau ketahanan suatu keadaan. Mendefinisikan keberlangsungan usaha adalah suatu bentuk

---

<sup>26</sup> Yusanto dan Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami*, h. 19

<sup>27</sup> <http://sbm.binus.ac.id/2017/08/07/bisnis-yang-berkelanjutan/>, Diunduh pada tanggal 20 Oktober 2017

konsistensi dari suatu usaha, dimana keberlangsungan ini merupakan suatu proses berlangsungnya usaha baik mencakup pertumbuhan, perkembangan, strategi untuk menjaga kelangsungan usaha dan pengembangan usaha dimana semua ini bermuara pada keberlangsungan dan eksistensi (ketahanan) usaha.<sup>28</sup>

Dalam sebuah bisnis dipahami bahwa setiap pelaku bisnis akan melakukan aktifitas bisnisnya dalam bentuk, pertama memproduksi dan atau mendistribusikan barang atau jasa. Kedua, mencari profit (keuntungan) dan ketiga, mencoba memuaskan keinginan konsumen.<sup>29</sup> Islam mengajarkan pelaksanaan bisnis tersebut harus tetap berpegang pada syariat Islam yaitu Al qur'an dan As sunnah.

Dengan adanya firman Allah SWT yang mengajarkan pada kita akan aturan-aturan atau batasan dalam melangkah saat berbisnis dengan adanya batasan halal dan haram, hal tersebut menunjukkan satu dari sekian macam aturan Allah SWT mengatur manusia dengan syariatnya. Pemanfaatan kendali syariat bisnis tersebut, keberlangsungan usaha dalam ajaran Islam menjadi salah satu tujuan yang akan dicapai oleh pelaku usaha.

Kajian keberlangsungan usaha ada beberapa jenis yaitu keberlangsungan permodalan, keberlangsungan sumber daya manusia, dan keberlangsungan pemasaran, yang menitik beratkan dan

---

<sup>28</sup> Niken handayani, "*Modal Sosial dan Keberlangsungan Usaha*", Skripsi Tahun 2013.

<sup>29</sup> Rivai dkk, *Islamic Bissiness and Economic Ethics*, (Jakarta:Bumi Aksara 2012), h. 12.

bersumber pada tiga kata kunci yang tersirat dalam definisi keberlangsungan usaha yaitu memenuhi kebutuhan, mengembangkan sumber daya dan melindungi sumber daya. Terdapat beberapa aspek yang diperhatikan untuk perkembangan aktifitas usaha dalam kerangka Islam demi tercapainya keberlangsungan usaha, yaitu:<sup>30</sup>

1) Pemasaran

Memahami kondisi dan segala karakteristik pasar adalah langkah awal yang cukup penting, karena yang dilakukan dalam kegiatan ini akan merekomendasikan apa yang harus dibuat dan dilakukan sesuai dengan harapan, keinginan, dan kebutuhan pasarnya yang dituju dan dijadikan target. Jika langkah ini yang dilakukan maka apa dan bagaimana yang dibuat sesuai dengan harapan dan keinginan pasar. Dengan demikian diharapkan reaksi pasar akan diprediksi memiliki loyalitas dan apresiasi pada perusahaan.

Jadi, suksesnya perusahaan ditentukan oleh loyalitas dan apresiasi pasar atau konsumen yang dijadikan target oleh perusahaan ini. Jika konsumen loyal terhadap perusahaan, maka kondisi itu akan menjamin perusahaan terus akan hidup dan

---

<sup>30</sup> *Ibid.*, h. 209

berkembang dalam jangka waktu yang panjang karena memperoleh dukungan dari konsumen.<sup>31</sup>

## 2) Permodalan atau Keuangan

Masalah pengelolaan keuangan sangat penting bagi keberlangsungan hidup suatu bisnis. Keuangan berkaitan dengan pengelolaan dana dan pengelolaan sumber dana. Pengelolaan penggunaan dana tercermin dalam bentuk berbagai aktiva dalam neraca, baik aktiva lancar maupun aktiva tetap. Semakin tepat pengalokasian dana ke berbagai aktiva, maka semakin besar kesempatan perusahaan untuk memperoleh keuntungan.

Dengan kata lain semakin efisien penggunaan dana, tentunya semakin baik bagi perusahaan. Pengelolaan sumber-sumber dana tercermin dalam bentuk berbagai jenis modal asing (hutang jangka pendek dan jangka panjang) dan modal sendiri. Semakin tepat penentuan sumber dana, semakin efisien pengelolaan dana dan berarti semakin baik bagi suatu bisnis.<sup>32</sup>

## 3) Sumber Daya Manusia

Didalam sebuah usaha memperhatikan masalah sumber daya manusia karena hal ini sangat berpengaruh besar pada keberhasilan usaha khususnya pada keberlangsungan usaha.

---

<sup>31</sup> Muslich, *Bisnis Syariah Perspektif Muamalah dan Manajemen*, (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2007), h. 149.

<sup>32</sup> Murti sumarni dan John Soeprihanto, *Pengantar Bisnis (Dasar-dasar Ekonomi Perusahaan)*, (Yogyakarta: liberty, 2010), h. 135.

Dengan didukung dengan sumber daya manusia yang tepat maka akan berdampak positif bagi perusahaan tersebut.

Berdasarkan beberapa dimensi diatas yang dijalankan dalam tercapainya suatu keberlangsungan usaha bersumber pada tiga kata kunci yang tersirat dalam definisi keberlangsungan usaha yaitu memenuhi kebutuhan, mengembangkan sumber daya dan melindungi sumber daya dan keseluruhannya senantiasa dalam bingkai syariah Islam. Dalam Islam keberlangsungan juga bermakna memberikan *maslahah* bagi orang lain dengan menjunjung dimensi *rahmatan lil alamin* yaitu rahmat bagi semesta alam.

#### **b. Persaingan Bisnis Islam**

Persaingan merupakan faktor lain yang penting dalam kapitalisme. Pada umumnya, persaingan berkenaan dengan persaingan antar bisnis untuk mendapatkan uang konsumen. Konsekuensi persaingan antar bisnis umumnya memberikan keuntungan bagi konsumen berupa harga lebih rendah, pelayanan yang lebih baik, dan peningkatan kualitas produk.<sup>33</sup>

Ada tiga unsur yang perlu dicermati dalam membahas persaingan bisnis menurut islam yaitu :

##### 1) Pihak-pihak yang bersaing

Manusia merupakan pusat pengendali persaingan bisnis.

Ia akan menjalankan bisnisnya terkait dengan pandangannya

---

<sup>33</sup> Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), h. 10.

tentang bisnis yang digelutinya. Hal terpenting yang berkaitan dengan faktor manusia adalah segi motivasi dan landasan ketika ia menjalankan praktik bisnisnya, termasuk persaingan yang terjadi didalamnya.<sup>34</sup>

Dalam hal kerja Islam memerintahkan setiap muslim untuk memiliki etos kerja yang tinggi, sebagaimana telah memerintahkan umatnya untuk berlomba-lomba dalam kebaikan. Dengan landasan ini, persaingan tidak lagi diartikan sebagai usaha mematikan pesaing lainnya, tetapi dilakukan untuk memberikan sesuatu yang terbaik dari usaha bisnisnya.<sup>35</sup>

## 2) Segi cara bersaing

Berbisnis adalah bagian dari muamalah. Karenanya, bisnis juga tidak terlepas dari hukum-hukum yang mengatur masalah muamalah. Karenanya, persaingan bebas yang menghalalkan segala cara meruakan praktik yang harus dihilangkan karena bertentangan dengan prinsip-prinsip muamalah Islami. Dalam berhubungan dengan rekanan bisnis, setiap pembisnis muslim haruslah memperhatikan hukum-hukum Islam yang berkaitan dengan akad-akad bisnis. Dalam berakad, haruslah sesuai dengan pernyataan tanpa manipulasi.<sup>36</sup>

---

<sup>34</sup> Yusanto dan Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami*, h. 92

<sup>35</sup> *Ibid.*, h. 93

<sup>36</sup> *Ibid.*, h. 96

### 3) Produk/jasa yang dipersaingkan

Beberapa keunggulan produk yang dapat digunakan untuk meningkatkan daya saing adalah sebagai berikut:

#### a) Produk

Produk usaha bisnis yang dipersaingkan baik barang maupun jasa harus halal. Spesifikasinya harus sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen untuk menghindari penipuan.

#### b) Harga

Bila ingin memenangkan persaingan, harga produk harus kompetitif. Dalam hal ini, tidak diperkenankan membanting harga dengan tujuan menjatuhkan pesaing.

#### c) Tempat

Tempat usaha harus baik, sehat, bersih, dan nyaman. Harus juga dihindarkan melengkapi tempat usaha itu dengan hal-hal yang diharamkan untuk sekedar menarik pembeli.

#### d) Pelayanan

Pelayanan harus diberikan dengan ramah, tapi tidak boleh dengan cara yang mendekati maksiat.<sup>37</sup>

Berbisnis bisa dikatakan suatu kebaikan, apabila dilakukan untuk kepentingan orang banyak dan dilakukan dengan cara yang

---

<sup>37</sup> *Ibid.*

halal. Konsep berlomba, bersaing, dan bersegera dalam kebaikan (ibadah) dan usaha (bisnis) sudah tercantum dalam Q.S Al Baqarah ayat 148:

وَلِكُلِّ وِجْهَةٌ هُوَ مُوَلِّيَهَا ۖ فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ ۚ أَيْنَ مَا تَكُونُوا يَأْتِ بِكُمُ  
 اللَّهُ جَمِيعًا ۚ إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ ﴿١٤٨﴾

*Artinya: "Dan bagi tiap-tiap umat ada kiblatnya (sendiri) yang ia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah (dalam membuat) kebaikan. di mana saja kamu berada pasti Allah akan mengumpulkan kamu sekalian (pada hari kiamat). Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu". (Q.S Al Baqarah[02]: 148).<sup>38</sup>*

Berdasarkan teori diatas persaingan bisnis Islam adalah persaingan yang dilakukan dengan syarat atau cara Islami, dan dapat dibenarkan menurut ajaran Islam, yakni tidak menimbulkan kerugian terhadap orang lain. Pengaruh Islam terhadap persaingan bisnis adalah untuk menjadikan persaingan yang baik dan normal dalam menjalankan bisnisnya.

### c. Faktor – Faktor Keberhasilan Usaha

#### 1) Faktor Peluang

Peluang emas seringkali hanya berjangka waktu pendek atau hanya sekedar momentum saja. Hal ini yang membuat bisnis sering berusia seumur jagung karena peluang emas itu

<sup>38</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: CV. Diponegoro, 2005), h. 23

bersifat momentum saja. Sebagai seorang wirausahawan harus membuat dan menemukan strategi yang tepat untuk usaha. Oleh sebab itu, peluang yang diperoleh harus dikembangkan agar menjadi sebuah ide bisnis dan kemudian menjadi sebuah usaha.<sup>39</sup>

## 2) Faktor Manusia (SDM)

- a) Yang merencanakan dengan matang itu membutuhkan SDM yang berkualitas. Hal ini berarti faktor pertama yang penting adalah SDM atau manusia yang merencanakan, yaitu *strategic planner*.
- b) Melakukan pelaksanaan yang sesuai dan tepat dengan perencanaan serta kreatif dalam mengatasi masalah dan itu membutuhkan SDM yang handal sebagai manager yang hebat.
- c) Mengawasi suatu pekerjaan sesuai dengan perencanaan dan target yang dibutuhkan.
- d) Mengembangkan suatu usaha itu membutuhkan orang yang hebat dalam memasarkan dan menjual.
- e) Faktor kepemimpinan juga merupakan salah satu faktor penting, yaitu gaya kepemimpinan.<sup>40</sup>

## 3) Faktor Keuangan

Faktor keuangan juga sangat penting bagi kelangsungan usaha. Contohnya adalah:

- a) Pengendalian biaya dan anggaran .
- b) Pencairan dana modal kerja, dana investasi, dan dana lainnya.
- c) Perencanaan dan penetapan harga produk, biaya (perinciannya), rugi laba, dan lain-lain.
- d) Perhitungan rasio keuangan sehingga resiko keuangan bisa dikendalikan dengan baik seperti rasio kecukupan modal, rasio likuiditas, dan lain-lain.
- e) Struktur biaya seperti margin kontribusi, laba berbanding penjualan, dan lain-lain.<sup>41</sup>

---

<sup>39</sup> Hendro, *Dasar-Dasar Kewirausahaan*, (Jakarta: Erlangga, 2011), h. 47

<sup>40</sup> *Ibid.*, h. 48

<sup>41</sup> *Ibid.*

#### 4) Faktor Organisasi

Hal-hal yang perlu diketahui dan dilaksanakan oleh karyawan adalah sebagai berikut:

- a) Jenis pekerjaan yang harus dilakukan
- b) Batasan uraian tugas, wewenang, hak, dan tanggung jawab.
- c) Hubungan pekerjaan dengan teman-temannya.
- d) Batasan yang jelas antara pekerjaan yang satu dengan pekerjaan yang lain.

#### 5) Faktor Perencanaan

Rencana adalah faktor penting dalam sebuah usaha.

Contohnya ialah:

- a) Perencanaan fisik, misi, strategi jangka panjang, dan strategi jangka pendek.
- b) Perencanaan operasional dan program-program pemasaran.
- c) Perencanaan produk.
- d) Perencanaan informasi teknologi .
- e) Perencanaan pendistribusian produk.
- f) Perencanaan jumlah produk yang akan dijual.<sup>42</sup>

#### 6) Faktor Pengelolaan Usaha

Semua faktor diatas adalah *soft plan success factors* atau faktor-faktor keberhasilan usaha, tetapi kita juga membutuhkan *action your plan as well as*. Itulah pengelolaan usaha yang mencakup:

- a) Menyusun organisasi
- b) Mengelola SDM
- c) Mengelola aset

---

<sup>42</sup> *Ibid.*, h. 49

- d) Membuat jadwal usaha dan kegiatan
- e) Menetapkan jumlah tenaga kerja
- f) Mengatur distribusi barang
- g) Mengendalikan persediaan barang
- h) Mengendalikan produk-produk

#### 7) Faktor Pemasaran dan Penjualan

Dalam konteks ini, penjualan dan pemasaran adalah lokomotif bagi gerbong-gerbong lainnya seperti keuangan, personalia, produksi, distribusi, logistik, pembelian, dan lain-lain. Jadi, faktor pemasaran dan penjualan memainkan peranan penting bagi kelancaran usaha. Banyak usaha yang gagal karena hanya mementingkan gerbong-gerbongnya saja dan lupa bahwa lokomotifnya belum berjalan dengan baik.

#### 8) Faktor Administrasi

Tanpa pencatatan dan dokumentasi yang baik dan pengumpulan serta pengelompokan data administrasi, maka strategi, taktik, perencanaan, pengembangan, program-program dan arah perusahaan menjadi tidak berjalan sesuai harapan. Hal ini berbahaya dan akan menjadi penghalang kesuksesan wirausaha.<sup>43</sup>

#### 9) Faktor Pemerintah, Politik, Sosial, Ekonomi, dan Budaya Lokal

Faktor ini berpengaruh banyak karena usaha berhubungan dengan:

- a) Peraturan pemerintah dan peraturan daerah seperti pajak, redistribusi, pendapatan daerah dan lain-lain.

---

<sup>43</sup> *Ibid.*, h. 50

- b) Legalitas dan perizinan.
- c) Situasi ekonomi dan politik.
- d) Perkembangan budaya lokal yang harus diikuti.
- e) Lingkungan sosial yang berbeda disetiap daerah.
- f) Faktor-faktor pendamping lainnya.

#### 10) Catatan Bisnis

Banyak usaha yang sulit dan tidak berkembang hanya disebabkan karena wirausahawan tidak tahu sejauh mana bisnisnya berjalan. Contoh catatan bisnis yaitu:

- a) Keuangan (neraca, laporan rugi laba, laporan perubahan modal, dan lain-lain).
- b) SDM dan personalia (jenis posisi dan bagian, jumlah karyawan, golongan profil, dan tingkat produktifitas).
- c) Pemasaran (omset, kontribusi produk, pasar, area, wilayah, konsumen dan lain-lain).
- d) Produksi (stok, jumlah produksi, kualitas, dan lain-lain).<sup>44</sup>

Faktor-faktor yang menunjang keberhasilan wirausaha yaitu:

- 1) Mampu melayani konsumen secara baik, dan mengetahui persis target marketnya.
- 2) Memiliki modal cukup
- 3) Bisa mengangkat tenaga kerja yang baik dan tepat, apalagi bisa memperoleh “tangan kanan” yang terampil.
- 4) Mencari dan menggunakan informasi secara teratur.
- 5) Menyimak, dan mengikuti peraturan-peraturan yang dikeluarkan oleh pemerintah.
- 6) Memiliki tenaga ahli yang bisa diandalkan.
- 7) Mampu memenej waktu secara efektif.<sup>45</sup>

---

<sup>44</sup> *Ibid.*, h. 51

<sup>45</sup> Buchari Alma, *Kewirausahaan*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 135

#### **d. Faktor – Faktor Kegagalan Usaha**

Kegagalan usaha muncul karena berbagai hal, tetapi bila dikelompokkan akan terdapat tiga faktor utama penyebab kegagalan yaitu:<sup>46</sup>

- 1) Kegagalan yang disebabkan oleh diri sendiri.
- 2) Kegagalan karena faktor dari luar.
- 3) Kegagalan karena bencana alam.

Menurut Karakaya dan Kobu (1994) identifikasi penyebab kegagalan usaha dibagi menjadi tiga kelompok yaitu:

- 1) Berkaitan dengan pasar
  - a) Waktu peluncuran produk kurang tepat
  - b) Desain produk yang tidak disesuaikan dengan pasar
  - c) Tidak mengikuti selera pasar
  - d) Strategi distribusi yang tidak tepat
  - e) Kemasan produk dan kualitasnya tidak sesuai dengan target pasarnya
- 2) Berkaitan dengan aspek keuangan
  - a) Harga terlalu mahal dan tidak terjangkau oleh pasar.
  - b) Kesulitan aliran dana.
  - c) Piutang macet terlalu besar.
  - d) Hutang perusahaan terlalu besar dan tidak bisa mengembalikan kredit atau membayar beban bunga.

---

<sup>46</sup> Hendro, *Dasar-Dasar Kewirausahaan*, h. 54

- 3) Berkaitan dengan manajemen
  - a) Manajemen kualitas terlalu buruk
  - b) Lemah dalam manajemen
  - c) Konsep tim tidak dibangun dengan baik
  - d) Lemah dalam proses produksi<sup>47</sup>

Zimmerer dan Scarborough (1996: 14) menyatakan *The most common causes of business failure include the following*:<sup>48</sup>

- 1) *Managerial incompetence*, sifat tidak kompetennya pimpinan perusahaan mungkin disebabkan oleh belum berpengalaman, tidak mampu membuat keputusan, sehingga tidak jelas arah yang akan dituju. Sifat ini akan mempengaruhi karyawan, yang menyebabkan mereka serba salah dalam bertindak.
- 2) *Lack of experience*, sebaiknya pimpinan memiliki pengetahuan dasar terhadap bisnis yang dilakukan, termasuk *technical skill*, dan *conceptual skill*. Dia harus bisa mengkoordinasi bawahan, membangun sinergi, memberi motivasi sehingga membangkitkan performance mereka.
- 3) *Poor financial control*, Top management merupakan kunci yang membuat keberhasilan atau suksesnya suatu perusahaan. Tiga hal pokok yang menyebabkan munculnya masalah keuangan ialah kekurangan modal kerja, kebijaksanaan pemberian kredit kepada pembeli, dan terlalu banyak uang dibelikan ke peralatan kantor (*fix assets*).
- 4) *Failure to plan*, kegagalan membuat rencana masa depan, akan melemahkan gerakan maju perusahaan, terutama dalam menghadapi ekspansi.
- 5) *Inappropriate location*, gagal memilih lokasi yang sesuai dengan bisnis yang dilakukan. Seringkali para pengusaha gagal memilih lokasi ini karena tidak diteliti lebih dulu, dan kurang perencanaan. Kadang-kadang dipilih berdasarkan alasan, karena disitu ada bangunan yang disewakan atau bangunan kosong. Untuk toko eceran misalnya urat nadi bisnisnya sangat ditentukan oleh pemilihan lokasi.
- 6) *Lack of inventory control*, persediaan barang kurang pengawasan, sehingga akibatnya kekurangan barang, atau mungkin pula kelebihan stock. Jika kelebihan stock, banyak uang

---

<sup>47</sup> Hendro, *Dasar-Dasar Kewirausahaan*, (Jakarta: Erlangga, 2011), h. 54

<sup>48</sup> Buchari Alma, *Kewirausahaan*, h. 133

tertanam tidak menghasilkan, dan juga ada kemungkinan stock barang menjadi rusak.

- 7) *Improper attitudes*, hal ini disebabkan perilaku manajer kurang siap. Dia tidak siap untuk kerja keras, belum siap berkorban, padahal kerja keras adalah faktor utama dalam mengelola sebuah bisnis.
- 8) *Inability to make the entrepreneurial transition*, biasanya setelah perusahaan maju dan makin bertumbuh, manajer tidak bisa mendelegasikan pekerjaannya kepada orang lain. Akibatnya kegiatan yang ia lakukan kurang efektif, dia tidak sanggup melakukan kegiatan harian, karena terlalu banyak hal yang dilakukan sendiri.

Megginson (2000), menyatakan sebab-sebab dalam kegagalan dalam usaha *small business* secara berurutan adalah:<sup>49</sup>

- 1) *Lack of capital*, kekurangan modal, tidak bisa memupuk relasi, sehingga tidak bisa memperoleh tambahan modal.
- 2) *No business knowledge*, kurang memiliki pengetahuan tentang bisnis.
- 3) *Poor management*, tidak memiliki keterampilan dalam manajemen, mulai dari perencanaan, mengorganisasi, menggerakkan karyawan dan mengawasi aktivitas bisnisnya.
- 4) *Inadequate planning*, tidak mampu membuat planing, karena menganggapnya tidak penting, atau memang tidak mampu menyusun panning.
- 5) *Inexperience*, kurang pengalaman, dan tidak mau belajar dari pengalaman.
- 6) Sebagai tambahan ada yang menyatakan karena pembatasan oleh pemerintah dengan berbagai peraturan.

Bisnis yang tidak melakukan riset dan analisa pasar berarti bisnis yang asal-asalan atau cenderung nekat sehingga mudah sekali jatuh karena tidak ada link dengan pasarnya dan akan sulit berkembang. Selain itu, sifat dari seorang pimpinan yang tidak kompeten, kemudian tidak memiliki keterampilan dalam perencanaan, pengorganisasian, menggerakkan karyawan dan

---

<sup>49</sup> *Ibid.*, h. 134

mengawasi aktivitas bisnisnya akan membuat bisnisnya sulit untuk berkembang.

### C. Kualitas Pelayanan Terhadap *Sustainability* Bisnis dalam Islam

Kualitas jasa/layanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.<sup>50</sup> Konsep islam mengajarkan bahwa memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas kepada orang lain. Hal ini tampak dalam al-Qur'an surat al-Baqarah ayat 267:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنفِقُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ  
الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَن تُغْمِضُوا  
فِيهِ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji.”<sup>51</sup>

Dimensi keandalan yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.<sup>52</sup> Keakuratan inilah yang akan menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap penyedia layanan jasa. Dalam konteks ini Allah juga menghendaki setiap umatnya untuk menepati

<sup>50</sup> Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, h. 59

<sup>51</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung: Diponegoro, 2008), h. 45

<sup>52</sup> Fandy Tjiptono *Manajemen Jasa* h. 70

janji yang telah dibuat dan dinyatakan sebagaimana dinyatakan dalam al-Qur'an surat an-Nahl ayat 91:

وَأَوْفُوا بِعَهْدِ اللَّهِ إِذَا عَاهَدْتُمْ وَلَا تَنْقُضُوا الْأَيْمَانَ بَعْدَ تَوْكِيدِهَا وَقَدْ جَعَلْتُمُ اللَّهَ عَلَيْكُمْ كَفِيلًا إِنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ مَا تَفْعَلُونَ ﴿٩١﴾

Artinya: "Dan tepatilah perjanjian dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu membatalkan sumpah-sumpah(mu) itu, sesudah meneguhkannya, sedang kamu telah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpah-sumpahmu itu). Sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat".<sup>53</sup>

Dimensi daya tanggap berkenaan kesediaan membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat.<sup>54</sup> Kecepatan pelayanan berkenaan dengan profesionalitas. Dalam arti seorang pegawai harus profesional apabila dirinya bekerja sesuai dengan keahlian atau kemampuannya. Pekerjaan akan dapat dilakukan dan diselesaikan dengan baik secara cepat dan tepat apabila dilakukan oleh orang yang memiliki kemampuan sesuai dengan bidang pekerjaannya. Kepercayaan yang diberikan pelanggan merupakan suatu amanat. Apabila amanat tersebut disia-siakan akan berdampak pada ketidakberhasilan dan kehancuran dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.<sup>55</sup> Untuk itu kepercayaan pelanggan sebagai suatu amanat hendaknya tidak disia-siakan dengan memberikan pelayanan secara profesional melalui pegawai yang bekerja sesuai dengan bidangnya dan mengerjakan pekerjaannya secara cepat dan tepat, sebagaimana yang dinyatakan dalam surat al-Maidah ayat 1:

<sup>53</sup> Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahannya, h.277.

<sup>54</sup> Philip Kotler & Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, 56

<sup>55</sup> Ika Yunia Fauzia, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2013), 148.

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ ۗ أُحِلَّتْ لَكُمْ بَهِيمَةُ الْأَنْعَامِ إِلَّا مَا يُتْلَىٰ  
عَلَيْكُمْ غَيْرَ مُحِلِّي الصَّيْدِ وَأَنْتُمْ حُرْمٌ ۗ إِنَّ اللَّهَ تَحَكَّمٌ مَا يُرِيدُ ﴿١٥٩﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu. Dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu. (Yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendaki-Nya”.<sup>56</sup>

Dimensi jaminan berkenaan dengan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan.<sup>57</sup> Dengan memberikan pelayanan yang menunjukkan kesopanan akan memberikan jaminan rasa aman bagi pelanggan. Berkenaan dengan hal ini, al\_Qur’an surat al-Imran ayat 159 menyatakan bahwa:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۗ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانفَضُّوا مِن  
حَوْلِكَ ۗ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ ۗ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ ۗ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ  
عَلَى اللَّهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

Artinya: ”Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya”.<sup>58</sup>

<sup>56</sup> Departemen Agama RI, Al-Qur’an dan Terjemahannya, h.106.

<sup>57</sup> Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Servis Quality & Satisfaction*, 198

<sup>58</sup> Departemen Agama RI, Al-Qur’an dan Terjemahannya, h.71

Dimensi empati berkenaan dengan kesediaan memberikan perhatian yang mendalam dan khusus kepada masing-masing pelanggan.<sup>59</sup> Sikap empati pegawai ini ditunjukkan melalui pemberian layanan informasi dan keluhan pelanggan, melayani transaksi pelanggan dengan senang hati, membantu pelanggan ketika dirinya mengalami kesulitan atau hal lainnya berkenaan dengan pelayanan. Ketersediaan memberikan perhatian dan membantu akan meningkatkan persepsi dan sikap positif pelanggan dan mendatangkan kepuasan pelanggan. Berkenaan dengan empati, dalam an-Nahl ayat 90 dinyatakan:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَايِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ  
وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ﴿٩٠﴾

Artinya: “Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran”.<sup>60</sup>

Dimensi benda berwujud berkenaan dengan penampilan fisik, seperti: gedung, ruangan yang nyaman, dan sarana prasarana lainnya. Dalam konsep islam pelayanan yang berkenaan dengan tampilan fisik, hendaknya tidak menunjukkan kemewahan. Fasilitas yang membuat pelanggan merasa nyaman memang penting, namun bukanlah fasilitas yang menonjolkan

<sup>59</sup> Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Servis Quality & Satisfaction*, 198

<sup>60</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, h.277

kemewahan. Sebagaimana yang dinyatakan dalam al-Qur'an surat al-A'raf ayat 26:

يٰٓبَنِي ۤءَادَمَ قَدْ أَنْزَلْنَا عَلَيْكُمْ لِبَاسًا يُورِي سَوَءَاتِكُمْ وَرِيثًا ط  
ذٰلِكَ خَيْرٌ ذٰلِكَ مِنْ ءَايٰتِ اللّٰهِ لَعَلَّهُمْ يَذَّكَّرُوْنَ ﴿٢٦﴾

Artinya: “Hai anak Adam, sesungguhnya Kami telah menurunkan kepadamu pakaian untuk menutup auratmu dan pakaian indah untuk perhiasan. Dan pakaian takwa itulah yang paling baik. Yang demikian itu adalah sebahagian dari tanda-tanda kekuasaan Allah, mudah-mudahan mereka selalu ingat”.<sup>61</sup>

---

<sup>61</sup>Ibid, 153

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

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

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

Jenis penelitian yang akan dilakukan adalah penelitian lapangan atau penelitian kasus, hal tersebut dapat dilihat dari segi lokasi penelitian ini akan dilaksanakan. Penelitian lapangan atau penelitian kasus bertujuan untuk mempelajari secara intensif tentang latar belakang keadaan sekarang dan interaksi lingkungan sesuatu unit sosial, individu, kelompok, lembaga atau masyarakat.<sup>1</sup>

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

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif, yaitu pengumpulan data untuk menjawab pertanyaan mengenai status terakhir dari subjek penelitian. Data deskriptif pada umumnya dikumpulkan melalui daftar pertanyaan dalam survey, wawancara, ataupun observasi.<sup>2</sup>

#### **B. Sumber Data**

Sumber data adalah subyek dimana dapat diperoleh. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, ada 2 (dua) yaitu sumber data primer dan sekunder.

---

<sup>1</sup> Cholid Narbuko, Abu Ahmadi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2007), 46.

<sup>2</sup> Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*, (Jakarta: Erlangga, 2003), 8.

## 1. Sumber Primer

Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.<sup>3</sup> Sumber data primer yaitu data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan langsung dari obyeknya.<sup>4</sup> Adapun data yang dikumpulkan peneliti adalah data mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap *sustainability* bisnis islam, yang dapat diperoleh melalui wawancara secara langsung toko *Multimart Syifani 29 Banjarsari Metro*, yaitu pemilik toko *Multimart Syifani 29*, para karyawan dan konsumen.

## 2. Sumber Sekunder

Sumber sekunder adalah mencakup dokumen-dokumen resmi, buku-buku, hasil-hasil penelitian yang berwujud laporan, dan sebagainya.<sup>5</sup> Data-data yang menjadi penunjang dalam penelitian ini adalah buku-buku yang berkaitan dengan permasalahan tersebut.

## C. Teknik Pengumpulan Data

### 1. Teknik Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui suatu pengamatan, dengan disertai pencatatan-pencatatan terhadap keadaan atau perilaku objek sasaran.<sup>6</sup> Jadi, observasi dapat dilakukan dengan penglihatan, pendengaran dan sebagainya. Observasi dilakukan

---

<sup>3</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 225

<sup>4</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2006), 129.

<sup>5</sup> Sarjono Sukamto, *Pengantar Penelitian Hukum*, (Jakarta: UI Pres, 1986), 10

<sup>6</sup> Abdurrahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2011), 104

untuk mengetahui kualitas pelayanan terhadap sustainability bisnis Islam di *Multimart Syifani 29 Banjarsari Metro*.

## **2. Teknik Wawancara**

Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.<sup>7</sup> Penggunaan teknik ini dilakukan dengan cara terstruktur, yaitu dengan menekankan pada dialog secara terperinci dan mendalam agar tidak lari dari permasalahan dalam penelitian ini. Dialog diarahkan terhadap hal-hal yang menjadi titik permasalahan juga terhadap informasi yang kurang jelas yang telah didapatkan. Dalam metode ini dilakukan wawancara secara langsung kepada pihak pemilik toko *Multimart Syifani 29 Banjarsari Metro*, beberapa karyawan *Multimart Syifani 29*, dan juga beberapa konsumen dari *Multimart Syifani 29*.

## **3. Teknik Dokumentasi**

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.<sup>8</sup> Teknik ini digunakan untuk mencatat, menyalin, menggandakan data atau dokumen tertulis lainnya. Penggunaan dokumentasi diperlukan bagi penulis untuk menunjang validitas dan efektifitas dalam pengambilan data.

---

<sup>7</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, 231

<sup>8</sup> *Ibid.*, 240.

#### **D. Teknik Analisis Data**

Analisis data menurut Patton adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya dalam suatu pola, kategori, dan satuan uraian dasar. Analisis ini bertujuan untuk menemukan tema dan hipotesis kerja yang akhirnya diangkat menjadi konsep, proporsi, kategori atau variabel, yang berguna untuk membangun teori substantif.<sup>9</sup>

Data yang peneliti peroleh dari *Multimart Syifani 29 Banjarsari Metro* merupakan data kualitatif. Oleh karena itu, teknik analisis data yang peneliti gunakan pun adalah teknik analisis kualitatif dengan menggunakan metode berfikir induktif. Cara berfikir untuk mendapatkan kesimpulan yang tepat dan benar harus didasarkan pada dasar-dasar induktif yang benar, karena kesimpulan dapat bergantung pada dasar-dasar induktif yang benar itu merupakan tugas ilmiah. Syarat-syarat yang diperlukan bagi seorang peneliti agar mendapatkan dasar-dasar induktif yang benar dan tepat memerlukan ketekunan, ketelitian, tujuan dan objektif dalam menganalisis menginterpretasi dan menarik kesimpulan.

---

<sup>9</sup> Moh. Kasiram, *Metodologi Penelitian Kuantitatif-Kualitatif*, (Malang: UIN-MALIKI PRESS, 2010), 288.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Daerah Penelitian**

*Multimart* adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang retail, yaitu menjual barang-barang kebutuhan pokok sehari-hari. Pada tahun 2014 merupakan awal berdirinya *Multimart* ini, dengan dimulainya usaha dagang barang sehari-hari seperti pakaian dan lain lain oleh Bapak Adri dan keluarga.

Pada tahun 2014 *Multimart* pertama mulai beroperasi di Jl Pattimura 29 Banjarsari Metro Utara. Letaknya yang strategis memungkinkan masyarakat menjangkaunya dengan mudah. *Multimart* Syifani buka pada pukul 09.00 – 16.00 wib.<sup>1</sup> Kini *Multimart* ini telah berkembang dengan seiring dengan berjalannya waktu. Toko mulai memperbanyak barang perabot rumah tangga seperti barang pecah belah dan lain-lain.

#### **B. Standar Pelayanan di *Multimart* Syifani 29 Banjarsari Metro**

Standar operasional pelayanan yang ada di *Multimart* dimulai ketika konsumen akan memasuki *Multimart*. Karyawan toko langsung mendekati konsumen dengan memberikan senyuman agar terkesan ramah dan konsumen pun merasa nyaman berada di *Multimart*, lalu menyapa konsumen. Selain itu karyawan akan menanyakan barang apa yang akan dicari kepada konsumen. Setelah konsumen selesai berbelanja, konsumen akan membayar dimeja kasir.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Adri, wawancara dengan pemilik toko *Multimart* Syifani, tanggal 20 Oktober 2019.

<sup>2</sup> Lilik Safitri, wawancara dengan karyawan *Multimart* Syifani, Tanggal 23 Juni 2020.

### C. Kualitas Pelayanan di *Multimart Syifani 29 Banjarsari Metro*

Keberadaan *Multimart* di 29 Banjarsari Metro di tengah-tengah masyarakat dalam memberikan pelayanan yang tepat terhadap para konsumennya mendapat respon yang cukup baik.

Disini peneliti ingin mengetahui bagaimana kualitas pelayanan terhadap *sustainability* bisnis Islam di *Multimart Syifani 29 Banjarsari Metro*. Dalam hal ini peneliti melakukan wawancara kepada 10 orang konsumen yang ada pada *Multimart Syifani 29 Banjarsari Metro*.

Dapat dilihat pada tabel konsumen di *Multimart Syifani 29 Metro* berikut ini:

**Tabel 4.1.**  
**Konsumen di *Multimart Syifani 29 Metro* sebagai Responden**

No	Nama	Pekerjaan
1	Rifatul Muzayyanah	Wiraswasta
2	Wahyu Septiani	Ibu Rumah Tangga
3	Sutarti	Ibu Rumah Tangga
4	Haryanti	Ibu Rumah Tangga
5	Rizka Ludvia Janah	Wiraswasta
6	Ambar	Ibu Rumah Tangga
7	Ita Anggraini	Ibu Rumah Tangga
8	Annisa	Wiraswasta
9	Sandi	Ibu Rumah Tangga
10	Arum Trisnawati	Wiraswasta

Hasil wawancara dengan konsumen *Multimart Syifani 29 Metro*.<sup>3</sup>

1. Rifatul Muzayyanah seorang pekerja wiraswasta, salah satu pelanggan *Multimart Syifani Metro* mengungkapkan bahwasanya dia senang dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan toko dan karyawan toko sangat

---

<sup>3</sup>Hasil wawancara dengan konsumen *Multimart Syifani 29 Metro*, pada tanggal 23 Juni 2020.

tanggap dalam memberikan pelayanan. Selain itu dia memilih *Multimart* ini sebagai tempat berbelanja karena jarak dari rumah yang tidak terlalu jauh.

2. Ibu Wahyu Septiani seorang ibu rumah tangga, berpendapat bahwasanya beliau berbelanja di *Multimart* Syifani karena pelayanannya yang baik, karyawannya pun ramah dan sopan begitu pula dengan fasilitas tempat yang dilengkapi kipas angin yang membuat nyaman serta aman saat berbelanja.
3. Ibu Sutarti seorang ibu rumah tangga, beranggapan bahwa pelayanan yang diberikan sudah cukup baik, karyawan toko sering membantunya memberikan pilihan tentang barang yang sedang dicari.
4. Sementara Ibu Haryanti seorang ibu rumah tangga, beranggapan bahwa pelayanan yang diberikan sudah cukup baik. Namun, terkadang karyawan toko sering meninggalkannya untuk melayani konsumen lain yang membeli barang lebih banyak.
5. Rizka Ludvia Janah seorang pekerja wiraswasta, mengatakan sama dengan Ibu Haryanti bahwasannya pelayanan yang diberikan sudah cukup baik. Akan tetapi karyawan toko sering meninggalkan konsumen yang membeli barang lebih sedikit. Jadi, dia harus mencari karyawan toko lain saat ingin bertanya barang yang dicari.
6. Ibu Ambar seorang ibu rumah tangga, mengatakan bahwa pelayanan di *Multimart* Syifani baik. Karyawannya ramah, dan cepat dalam melayani

pembeli. Barang-barang yang dijual bervariasi terutama barang-barang rumah tangga seperti barang pecah belah dan lain-lain.

7. Ibu Ita Anggraini seorang ibu rumah tangga, beranggapan bahwa pelayanan karyawan toko sangat baik. Saat beliau mencari barang yang dicari karyawan toko langsung membantunya mencari barang yang diinginkan. Selain itu ibu Ita memilih *Multimart* Syifani karena lokasinya strategis berada di pinggir jalan raya dan juga dekat dengan rumah.
8. Annisa seorang wiraswasta, mengatakan bahwa pelayanan di *Multimart* Syifani sudah cukup baik. Tersedia fasilitas seperti penyejuk ruangan dan tempat parkirnya luas. Annisa memilih *Multimart* Syifani ini untuk berbelanja barang pecah belah karena dekat dengan rumah dan jauh dari pasar tradisional.
9. Ibu Sandi seorang ibu rumah tangga, mengatakan pelayanan karyawan *Multimart* Syifani sangat baik. Karyawannya baik, sopan, cepat dalam melayani pembeli.
10. Arum seorang wiraswasta, mengatakan pelayanan karyawan *Multimart* Syifani cukup baik. Karyawan toko cepat dalam melayani pembeli. Kemudian barang yang dijual banyak variasinya. Lokasinya juga strategis dan mudah dijangkau.

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Adri selaku pemilik toko *Multimart* Syifani 29 Metro menjelaskan bahwa selalu berusaha memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen. Pelayanan yang diberikan selalu berorientasi pada kepuasan konsumen dengan memberikan bukti fisik

berupa fasilitas yaitu tempat berbelanja yang nyaman, tersedianya tempat parkir gratis yang luas dan karyawan toko yang berpenampilan rapi dan menarik.<sup>4</sup>

Menurut penuturan salah satu karyawan *Multimart Syifani 29 Metro* yang bernama Lilik Safitri bahwasanya dalam memberikan pelayanan kepada konsumen yaitu membantu dan mengarahkan konsumen dalam mendapatkan barang yang sesuai dengan apa yang diinginkan. Sehingga disini setiap karyawan *Multimart* harus tanggap dalam melayani setiap konsumen yang datang.<sup>5</sup>

Berdasarkan wawancara dengan Suryanti selaku karyawan toko, ia mengatakan bahwa ia sebisa mungkin akan memperlakukan konsumen dengan baik. Karena menurutnya semua orang akan senang apabila diperlakukan dengan baik. Pelayanan yang baik itu bisa membuat konsumen puas dan akan kembali lagi untuk berbelanja. Dengan demikian, jika konsumen berbelanja kembali maka akan memberikan keuntungan bagi *Multimart Syifani* dan keberlangsungan *Multimart* ini akan terus berkembang.<sup>6</sup>

Berdasarkan hasil data yang didapat oleh peneliti melalui wawancara kepada para konsumen mengenai pelayanan di *Multimart Syifani Metro* sudah cukup baik. Dilihat dari tanggapan konsumen di atas yang sebagian

---

<sup>4</sup> Adri, wawancara dengan Pemilik Toko *Multimart Syifani 29 Metro*, Tanggal 23 Juni 2020.

<sup>5</sup> Lilik Safitri, wawancara dengan karyawan *Multimart Syifani 29 Metro*, Tanggal 23 Juni 2020.

<sup>6</sup> Suryanti, wawancara dengan Karyawan *Multimart Syifani 29 Metro*, Tanggal 23 Juni 2020.

besar menyatakan bahwa pelayanan yang ramah dan baik oleh para karyawan toko membuat para konsumen nyaman dan senang ketika berbelanja. Akan tetapi, terdapat para konsumen yang memiliki persepsi yang berbeda. Untuk itu pihak *Multimart* perlu meningkatkan pelayanannya agar dapat memenuhi harapan para konsumen.

**D. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap *Sustainability* Bisnis Islam di *Multimart* Syifani 29 Banjarsari Metro.**

Kualitas pelayanan merupakan hal yang sangat penting yang akan berpengaruh pada keberlanjutan suatu bisnis. Berdasarkan hasil data yang didapat oleh peneliti melalui wawancara terhadap pemilik toko, karyawan toko dan 10 konsumen *Multimart* Syifani peneliti dapat menganalisis kualitas pelayanan terhadap *sustainability* bisnis Islam sebagai berikut:

1. Keandalan yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Dari hasil pengamatan mengenai dimensi kualitas layanan peneliti melihat pada saat pertama pembeli atau pelanggan datang karyawan langsung menyambut dan melayani pembeli atau pelanggan.
2. Daya tanggap yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap. Dari hasil penelitian peneliti melihat pada saat pembeli atau pelanggan datang langsung disambut oleh seorang karyawan. Karyawan juga cepat tanggap dalam menanggapi permintaan pelanggan. Namun, ada beberapa pendapat dari pembeli atau pelanggan yang mengatakan bahwa jika ada pembeli lain karyawan

langsung meninggalkan pembeli satu dan menanggapi pembeli lain untuk melayani permintaan pembeli lain.

3. Jaminan berarti para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan. Peneliti melihat ada sedikit pengetahuan yang dimiliki pedagang atau karyawan mengenai kualitas barang, tetapi dalam melayani pembeli atau pelanggan, karyawan bersikap baik dan sopan kepada pembeli atau pelanggan.
4. Empati merupakan kesediaan memberikan perhatian yang mendalam dan khusus kepada masing-masing pelanggan. Peneliti melihat dalam melayani pembeli atau pelanggan, karyawan sangat memerhatikan kebutuhan pembeli atau pelanggan. Namun, sering meninggalkan pembeli atau konsumen saat belum selesai mencari apa yang diinginkan pembeli tersebut.
5. Benda berwujud merupakan penampilan fisik, perlengkapan, karyawan dan bahan komunikasi seperti: peralatan modern, fasilitas yang secara visual menarik, karyawan yang memiliki penampilan yang rapi dan profesional, bahan-bahan materi yang enak dipandang yang diasosiasikan dengan layanan. Peneliti melihat para karyawan memiliki penampilan yang rapi dan profesional dalam melayani pembeli atau pelanggan. *Multimart Syifani* juga dilengkapi dengan alat pendingin ruangan seperti kipas angin agar memberikan kenyamanan kepada konsumen. Selain itu terdapat halaman parkir yang luas dan juga gratis.

Kualitas pelayanan mencerminkan perbandingan antara tingkat pelayanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan ekspektasi pelanggan. Kualitas pelayanan mempunyai peran yang sangat penting dan berpengaruh pada keberlangsungan suatu bisnis. Apabila suatu kualitas pelayanan baik maka konsumen atau pelanggan akan merasa puas dan akan kembali lagi untuk berbelanja, dan akan mendatangkan keuntungan suatu bisnis. Maka bisnis akan terus berkembang dalam jangka waktu lama dan tetap bisa mempertahankan eksistensinya.

Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara yang didapat oleh peneliti kepada para konsumen *Multimart Syifani* mengenai pelayanan yang ada pada *Multimart Syifani* sudah cukup baik pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Dilihat dari pengamatan peneliti dan tanggapan para konsumen di atas yang sebagian besar menyatakan pelayanan yang tanggap, sopan, rendah hati oleh para karyawan toko membuat konsumen nyaman dan memilih *Multimart* ini sebagai tempat berbelanja. Akan tetapi, masih terdapat konsumen yang memiliki anggapan berbeda. Untuk itu pihak *Multimart Syifani Metro* perlu meningkatkan kualitas pelayanannya agar dapat memenuhi harapan konsumen.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Kualitas pelayanan adalah mutu suatu tindakan atau suatu kegiatan yang ditawarkan kepada seorang konsumen yang diharapkan dapat memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara yang didapat peneliti dari para konsumen *Multimart Syifani 29 Banjarsari Metro* mengenai pelayanan pada *Multimart Syifani*, tanggapan para konsumen sebagian besar menyatakan pelayanan yang tanggap, sopan, rendah hati oleh para karyawan toko membuat konsumen nyaman dan memilih *Multimart Syifani* sebagai tempat berbelanja.

Berdasarkan hasil analisis diatas, bahwasanya kualitas pelayanan yang dilakukan sudah cukup baik sehingga dapat dilihat dari hasil wawancara peneliti dengan konsumen di *Multimart Syifani 29 Banjarsari Metro* peneliti mengambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan sudah sesuai dengan standar pelayanan. Oleh sebab itu, kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap *sustainability* bisnis Islam. Hal ini sesuai dalam Al-Qur'an Surat An-Nahl ayat 91, al-Maidah ayat 1, al-Imran ayat 159, an-Nahl ayat 90 dan al-A'raf ayat 26.

**B. Saran**

1. Dalam hal memberikan pelayanan kepada konsumen, karyawan harus melayani konsumen dengan sopan dan ramah. Kemudian karyawan harus cepat tanggap dalam melayani konsumen dan harus memberikan perhatian khusus kepada setiap pembeli atau konsumen.
2. Pelayanan yang berkualitas adalah salah satu hal penting yang harus diberikan kepada konsumen dari seorang karyawan toko, namun karyawan tidak boleh melupakan standard pelayanan yang telah ditetapkan dalam pelayanan. Karena jika suatu pelayanan baik maka keberlangsungan bisnis tersebut akan terus berkembang untuk kedepannya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi*, Jakarta: Rineka Cipta, 2011.
- Buchari Alma, *Kewirausahaan*, Bandung: Alfabeta, 2013.
- Cholid Narbuko, Abu Ahmadi, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2007.
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Bandung: Diponegoro, 2008.
- Dwi Hapsari, *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Calon Konsumen di Toko Bangunan Pasar Raman Utara dalam Perspektif Etika Bisnis Islam*, Skripsi Tahun 2016.
- Eko Yuwananto, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Usaha Bahan Bangunan Sembilan Lima Di Kecamatan Gunungpati*, Dalam Laman <http://lib.unnes.ac.id/7425/1/10419.pdf> Diunduh pada Tanggal 10 Maret 2017.
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Pemasaran Strategik*, Yogyakarta: CV Andi Offset, 2012.
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Servis Quality & Satisfaction*, Yogyakarta: ANDI, 2011.
- Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, Yogyakarta: ANDI, 2004.
- Francis Tantri, *Pengantar Bisnis*, Jakarta: Rajawali Pers, 2009.
- Hendro, *Dasar-Dasar Kewirausahaan*, Jakarta: Erlangga, 2011.
- Ika Yunia Fauzia, *Etika Bisnis Dalam Islam*, Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2013.
- M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2012.
- Moh. Kasiram, *Metodologi Penelitian Kuantitatif-Kualitatif*, Malang: UIN-MALIKA PRESS, 2010.

- Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*, Jakarta: Erlangga, 2003.
- Murti sumarni dan John Soeprihanto, *Pengantar Bisnis (Dasar-dasar Ekonomi Perusahaan)*, Yogyakarta: liberty, 2010.
- Muslich, *Bisnis Syariah Perspektif Muamalah dan Manajemen*, Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2007.
- Mustaq Ahmad, *Etika Bisnis Dalam Islam*, Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2003.
- Niken handayani, “*Modal Sosial dan Keberlangsungan Usaha*”, Skripsi Tahun 2013.
- Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, Jakarta: Rineka Cipta, 2009.
- Philip Kotler & Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PTIndeks, 2007.
- Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2008.
- Ria Kartini, *Kualitas Pelayanan dan Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Multimart Simbawaringin Kabupaten Lampung Tengah*, Skripsi Tahun 2016.
- Rivai dkk, *Islamic Bissiness and Economic Ethics*, Jakarta:Bumi Aksara, 2012.
- Sarjono Sukamto, *Pengantar Penelitian Hukum*, Jakarta: UI Pres, 1986.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2014.
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: PT Rineka Cipta, 2006.
- Tri Hastuti Handayani, Skripsi *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Maskapai Ppenerbangan Garuda Indonesia di Kota Solo, Dalam Laman <http://eprints.ums.ac.id/25945/14/02>. NASKAH PUBLIKASI.pdf*, Diunduh pada Tanggal 10 Maret 2017.
- Yusanto dan Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami*, Jakarta: Gema Insani Press, 2002.

<http://sbm.binus.ac.id/2017/08/07/bisnis-yang-berkelanjutan/>, Diunduh pada tanggal 20 Oktober 2017

<http://www.kajianpustaka.com/2013/04/kualitas-pelayanan-pelanggan.html>,  
Diunduh Pada Tanggal 3 April 2017

# **LAMPIRAN-LAMPIRAN**



**KEMENTERIAN AGAMA**  
**SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI**  
**(STAIN) JURAI SIWO METRO**  
**JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara 15 A Kota Metro Telp. (0725) 41507

Nomor : Sti.06/J-SY/PP.00.9/1288/2016  
Lampiran : -  
Perihal : **Pembimbing Skripsi**

Metro, 17 Oktober 2016

Kepada Yth:  
1. H. Husnul Fatarib, Ph.D  
2. Sainul, SH.,MA  
di -  
Metro

*Assalamu 'alaikum wr.wb.*

Untuk membantu mahasiswa dalam penyusunan Proposal dan Skripsi, maka Bapak/Ibu tersebut diatas, diunjuk masing-masing sebagai Pembimbing I dan II skripsi mahasiswa :

Nama : Norra Anggreini  
NPM : 13103654  
Jurusan : Syariah dan Ekonomi Islam  
Prodi : Ekonomi Syariah (ESy)  
Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Persaingan Bisnis Dalam Perspektif Etika Bisnis (Studi Kasus Pada Mm Syifani 29)

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 edisi revisi yang dikeluarkan oleh STAIN Jurai Siwo Metro tahun 2013
- 4 Banyaknya halaman Skripsi antara 40 s/d 70 halaman dengan ketentuan :
  - a Pendahuluan ± 2/6 bagian.
  - b Isi ± 3/6 bagian.
  - c Penutup ± 1/6 bagian.

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

*Wassalamu 'alaikum wr.wb.*



Ketua Jurusan

Siti Zulaikha, S.Ag., MA  
NIP. 197206111998032001

## **OUTLINE**

### **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP *SUSTAINABILITY* BISNIS ISLAM (Studi Kasus Pada *Multimart Syifani 29 Banjarsari Metro*)**

**HALAMAN SAMPUL**

**HALAMAN JUDUL**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**ABSTRAK**

**HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN**

**HALAMAN MOTTO**

**HALAMAN PERSEMBAHAN**

**HALAMAN KATA PENGANTAR**

**DAFTAR ISI**

**DAFTAR TABEL**

**DAFTAR GAMBAR**

**DAFTAR LAMPIRAN**

#### **BAB I PENDAHULUAN**

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

#### **BAB II LANDASAN TEORI**

- A. Kualitas Pelayanan
  - 1. Pengertian Kualitas Pelayanan
  - 2. Dimensi Kualitas Pelayanan
  - 3. Tujuan Kualitas Pelayanan

- B. *Sustainability* Bisnis Islam
  - 1. Bisnis Islam
    - a. Pengertian Bisnis Islam
    - b. Tujuan Bisnis Islam
  - 2. *Sustainability* Bisnis Islam
    - a. Pengertian *Sustainability* Bisnis Islam
    - b. Persaingan Bisnis Islam
    - c. Faktor-Faktor Keberhasilan Usaha
    - d. Faktor-Faktor Kegagalan Usaha
- C. Kualitas Pelayanan Terhadap *Sustainability* Bisnis dalam Islam

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

- A. Jenis dan Sifat Penelitian
- B. Sumber Data
  - 1. Sumber Data Primer
  - 2. Sumber Data Skunder
- C. Teknik Pengumpulan Data
- D. Teknik Analisis Data

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

- A. Gambaran Umum Berdirinya *Multimart* Syifani 29 Banjarsari Metro
- B. Standar Pelayanan di *Multimart* Syifani 29 Banjarsari Metro
- C. Kualitas Pelayanan di *Multimart* Syifani 29 Banjarsari Metro
- D. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap *Sustainability* Bisnis Islam di *Multimart* Syifani 29 Banjarsari Metro

### **BAB V PENUTUP**

- A. Kesimpulan
- B. Saran

**DAFTAR PUSTAKA**  
**LAMPIRAN-LAMPIRAN**  
**RIWAYAT HIDUP**

Metro, November 2017

Mahasiswa ybs.

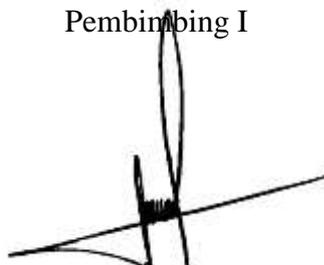


**Norra Anggreini**

NPM. 13103654

Mengetahui,

Pembimbing I



**H. Husnul Fatarib, Ph. D**

NIP. 19740104 199903 1 004

Pembimbing II



**Sainul, SH., MA**

NIP. 19680706 200003 1 004

**ALAT PENGUMPUL DATA (APD)**  
**KUALITAS PELAYANAN TERHADAP**  
**SUSTAINABILITY BISNIS ISLAM**  
**(Studi kasus pada *Multimart Syifani 29 Banjarsari Metro*)**

**A. Wawancara (*Interview*)**

**1. Wawancara kepada pemilik *Multimart Syifani 29 Banjarsari Metro***

- a. Bagaimana sejarah berdirinya toko *Multimart Syifani 29 Banjarsari Metro*?
- b. Bagaimanakah standar pelayanan yang ada di *Multimart Syifani 29 Banjarsari*?
- c. Berapakah jumlah karyawan yang ada di *Multimart Syifani 29 Banjarsari*?

**2. Wawancara kepada karyawan *Multimart Syifani 29 Banjarsari Metro***

- a. Bagaimana cara anda memberikan layanan kepada para konsumen di *Multimart 29 Banjarsari Metro*?
- b. Apakah selama ini pernah terdapat *complain* dari konsumen mengenai layanan yang diberikan ? apabila ada bagaimana tanggapan anda ?
- c. Apakah menurut anda layanan yang anda berikan merupakan salah satu faktor keberlangsungan bisnis di *Multimart* ini?

**3. Wawancara kepada konsumen *Multimart Syifani 29 Banjarsari***

- a. Bentuk layanan apa saja yang anda dapatkan di *Multimart Syifani* ini?
- b. Bagaimana pendapat anda mengenai layanan yang diberikan oleh karyawan toko?
- c. Apa alasan anda ketika memilih *Multimart Syifani* ini saat berbelanja?
- d. Apakah anda sudah langganan di *Multimart Syifani* ini ? Alasan?
- e. Apakah pelayanan yang ada di *Multimart Syifani* ini memuaskan? Alasan?
- f. Apakah menurut anda pelayanan yang baik itu penting diberikan oleh seorang karyawan? Alasan?

**B. Dokumentasi**

Foto kegiatan penelitian sebagai bukti penelitian dan riset benar-benar telah dilaksanakan.

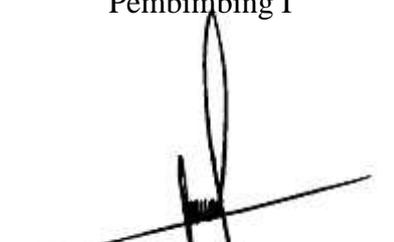
Metro, Juni 2020  
Mahasiswa ybs.



**Norra Anggreini**  
NPM. 13103654

Mengetahui,

Pembimbing I



**H. Husnul Fatarib, Ph. D**  
NIP. 19740104 199903 1 004

Pembimbing II



**Sainul, SH., MA**  
NIP. 19680706 200003 1 004



**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 : 1886/In.28/D.1/TL.00/06/2020  
Lampiran : -  
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,  
Pemilik Multimart Syifani 29  
Banjarsari Metro  
di-  
Tempat

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: 1885/In.28/D.1/TL.01/06/2020,  
tanggal 22 Juni 2020 atas nama saudara:

Nama : **NORRA ANGGREINI**  
NPM : 13103654  
Semester : 14 (Empat Belas)  
Jurusan : Ekonomi Syaria`ah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di Multimart Syifani 29 Banjarsari Metro, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP SUSTAINABILITY BISNIS ISLAM (STUDI KASUS PADA MULTIMART SYIFANI 29 BANJARSARI METRO)".

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

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*



Metro, 22 Juni 2020

Wakil Dekan I,

*[Signature]*  
H. M. Saleh MA

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

**SURAT TUGAS**

Nomor: 1885/ln.28/D.1/TL.01/06/2020

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

Nama : **NORRA ANGREINI**  
NPM : 13103654  
Semester : 14 (Empat Belas)  
Jurusan : Ekonomi Syariah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di Multimart Syifani 29 Banjarsari Metro, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP SUSTAINABILITY BISNIS ISLAM (STUDI KASUS PADA MULTIMART SYIFANI 29 BANJARSARI 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 : 22 Juni 2020

Mengetahui,  
Pejabat Setempat

  
\_\_\_\_\_



Wakil Dekan I,

  
Dr. H. M. Saleh MA  
NIP. 19650111 199303 1 001



**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-388/In.28/S/U.1/OT.01/06/2020**

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

Nama : NORRA ANGGREINI  
NPM : 13103654  
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2019 / 2020 dengan nomor anggota 13103654.

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, 08 Juni 2020  
Kepala Perpustakaan

*[Signature]*  
Drs. Mokhtandj Sudin, M.Pd  
NIP.1958083119810301001



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

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507; faksimili (0725) 47296; website: [www.ayariah.metrouniv.ac.id](http://www.ayariah.metrouniv.ac.id); E-mail: [ayariah.iaim@metrouniv.ac.id](mailto:ayariah.iaim@metrouniv.ac.id)

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : **Norra Anggreini**  
NPM : 13103654

Fakultas / Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam / ESy  
Semester / TA : XIV / 2019-2020

No	Hari / Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
		✓	Diperbaiki analisis di BAB IV, disesuaikan dg pertanyan peneliti	↓
		✓	Diperbaiki neras & gaya bahas serta tata mlr dg berpedoman pd panduan skripsi bahasa	↓
		✓	Kesimpulan jangan copy paste dari BAB IV, tp ditulis dg neras yg baik dg substansi yg sama.	↓
		✓	A a skripsi unml duplika-	↓

Dosen Pembimbing I

**H. Husnul Fatarib, Ph.D**  
NIP.19740104 199903 1 004

Mahasiswa Ybs.

**Norra Anggreini**  
NPM. 13103654



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

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507; faksimili (0725) 47296; website: [www.syariah.metrouniv.ac.id](http://www.syariah.metrouniv.ac.id); E-mail: [syariah.iaim@metrouniv.ac.id](mailto:syariah.iaim@metrouniv.ac.id)

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : **Norra Anggreini**  
NPM : 13103654

Fakultas / Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam / ESy  
Semester / TA : XIV / 2019-2020

No	Hari / Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
		✓	SKRIPSI Kec. Lampung, ke P663 I	

Dosen Pembimbing II

Mahasiswa Ybs.

**Saindl, SH, MA**  
NIP. 19680706 200003 1 004

**Norra Anggreini**  
NPM. 13103654

## DOKUMENTASI







## **RIWAYAT HIDUP**



Penulis dilahirkan di Banyumas Jawa Tengah pada tanggal 30 September 1994, anak pertama dari dua bersaudara, dari pasangan bapak Sucipto dan Ibu Sutarti. Bertempat tinggal di Totokaton Kecamatan Punggur Kabupaten Lampung Tengah.

Pendidikan yang telah ditempuh di awal Taman kanak-kanak Al-Furqon Totokaton selesai pada tahun 2001 dan melanjutkan di SDN 01 Totokaton selesai pada tahun 2007, kemudian melanjutkan di MTs Ma'arif 01 Punggur selesai pada 2010, sedangkan pendidikan menengah atas di SMAN 01 Punggur lulus pada tahun 2013, kemudian melanjutkan pendidikan di STAIN Jurai Siwo Metro yang sekarang berubah menjadi IAIN Metro Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Ekonomi Syariah.