

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manusia adalah khalifah di muka bumi, Islam memandang bahwa bumi dan segala isinya merupakan amanah Allah kepada sang Khalifah agar dipergunakan sebaik-baiknya bagi kesejahteraan bersama.¹ Di antara anugrah dan karunia Allah Swt adalah dijadikan Islam sebagai agama universal yang dasar-dasar menyeluruh bagi pembangunan individu, keluarga dan masyarakat.²

Dalam bermuamalah seperti mendirikan usaha sudah tertentu harus sesuai syariat dan halal. Firman Allah SWT dalam Q.S. At-Taubah ayat/9:105.

وَقُلْ اَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللّٰهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ ۗ وَسَتُرَدُّونَ اِلٰى عَالَمِ الْغَيْبِ
وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ

“Dan katakanlah: bekerjalah kamu, maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) Yang mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitahukan-Nya kepada kamu apa yang kamu kerjakan.”³

Dalam pandangan Islam, manusia mempunyai kebebasan untuk mengambil semua tindakan yang diperlukan untuk memperoleh kemaslahatan yang tertinggi

¹Muhammad Syafi’I Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik* (Jakarta: Gema Insan,2001), hlm. 3.

²Muhammad dan Alimin, *Etika perlindungan konsumen dalam ekonomi Islam* (Yogyakarta: BPFY-YOGYAKARTA,2004), hlm. 57.

³ Departemen Agama RI, *Tafsir Qur’an perkata* (Jakarta:Maghfirah Pustaka,2009), hlm 203. (lihat daftar pustaka)

dari sumber daya yang ada. Setiap manusia bebas melakukan aktivitas ekonomi apa saja, selama aktivitas ekonomi yang dilakukan bukan aktivitas yang dilarang dalam islam.⁴ Pada prinsipnya setiap yang berwirausaha dan menjual produk-produknya akan dihadapkan dengan strategi maupun teknik penjualan yang bagus, sehingga produk-produk yang ditawarkan dapat terjual dengan baik. Adapun salah satu teknik penjualan yang dimaksud adalah terkait dengan bagaimana dan seberapa tinggi pelayanan yang diberikan terhadap konsumen. Pelayanan yang diberikan adalah merupakan kinerja yang terpenting.

Menurut Kotler menyatakan bahwa kunci keunggulan bersaing dalam situasi yang penuh persaingan adalah kemampuan perusahaan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. Kesetiaan pelanggan akan menjadi kunci sukses dan keunggulan bersaing perusahaan tidak hanya dalam jangka pendek tetapi dalam jangka panjang. Loyalitas dapat diartikan sebagai kesetiaan seseorang dalam menggunakan suatu produk baik itu dalam bentuk barang maupun jasa yang diberikan oleh suatu perusahaan.⁵

Pelayanan mempunyai pengaruh terhadap minat konsumen, dimana ketika pelayanan kurang baik maka akan menurunkan minat konsumen. Karena dalam proses minat konsumen terdapat evaluasi dalam pengambilan keputusan sebelum melakukan ketidakpuasan pelanggan dan membuat pelanggan menjatuhkan

⁴M.Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-dasar Ekonomi Islam* (Solo:Era Adicita Intermedia,2011), hlm.31.

⁵Dimas Satrio Teguh Widodo, *Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas nasabah Tabungan SIMPEDA Bank JATIM Surabaya*, hlm.1-2 Dikutip dari [yhttps://eJournal.stiesia.ac.id/jirm/article/viewFile/442/424](https://eJournal.stiesia.ac.id/jirm/article/viewFile/442/424) pada tanggal 20 Mei 2017

pilihannya kepada pesaing lain. Hal ini berarti minat konsumen akan berkurang dan menurun. Sebaliknya jika pelayanan baik maka konsumen akan merasa senang dan akan kembali lagi untuk membeli dan tidak akan menjatuhkan pilihannya kepada pesaing lain dan menambah minat konsumen.

Studi pendahuluan yang telah dilakukan oleh peneliti maka berlaku makin tinggi pelayanan karyawan maka makin tinggi pula minat konsumen Rumah Makan Ayam Geprek Solo Cabang Banjarmasin. Ada 5 Faktor yang mempengaruhi minat konsumen yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, dan *tangiabile*. Sehingga peneliti tertarik untuk mengangkat masalah ini dalam suatu penelitian. Dan hasilnya akan dituangkan dalam sebuah skripsi “Pengaruh Pelayanan Karyawan Dalam Menarik Minat Konsumen Guna Meningkatkan Omset Penjualan RM. Ayam Geprek Solo Cabang Banjarmasin”

B. Rumusan Masalah

1. Apakah pelayanan karyawan berpengaruh secara simultan terhadap minat konsumen pada RM. Ayam Geprek Solo Cabang Banjarmasin?
2. Apakah pelayanan karyawan berpengaruh secara parsial terhadap minat konsumen pada RM. Ayam Geprek Solo Cabang Banjarmasin?

C. Tujuan Masalah

1. Mengetahui pengaruh secara simultan pelayanan karyawan dalam menarik minat konsumen RM. Ayam Geprek Solo Cabang Banjarmasin.
2. Mengetahui pengaruh secara parsial pelayanan karyawan dalam menarik minat konsumen penjualan RM. Ayam Geprek Solo Cabang Banjarmasin.

D. Signifikansi Penulisan

Penulis berharap hasil dari penelitian ini nantinya bermanfaat dan berguna untuk:

1. Secara teoritis :
 - a. Melalui penelitian ini dapat menambah, wawasan dan menggali lebih dalam mengenai pelayanan karyawan dalam menarik minat konsumen.
 - b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu para akademisi yang ingin mengembangkan penelitian lebih lanjut seputar topik yang dibahas dan membantu masyarakat untuk lebih mengetahui minat konsumen yang di dapat dalam pelayanan karyawan.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi penulis : untuk menerapkan ataupun menguji teori dan sebagai bentuk aplikasi keilmuan yang telah diperoleh peneliti selama masa perkuliahan dan memperluas wawasan, pengetahuan, dan pengalaman bagi penulis.
- b. Bagi Mahasiswa : sebagai bahan tambahan untuk kajian selanjutnya yang tertarik untuk mengembangkan masalah yang mirip dengan yang peneliti angkat.
- c. Bagi kampus : dapat menambah koleksi pustaka yang bermanfaat bagi Mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.

E. Definisi Operasional

Untuk menghindari kesalahpahaman terhadap judul di atas, maka penulis perlu memberikan batasan istilah berkenaan dengan judul di atas sebagai berikut :

1. Pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu yang ikut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang.⁶ Maksud penulis disini adalah pengaruh pelayanan karyawan dalam menarik minat konsumen RM.Ayam Geprek Solo Cabang Banjarmasin.

⁶Tim penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 1994), cet.3, hlm.747.

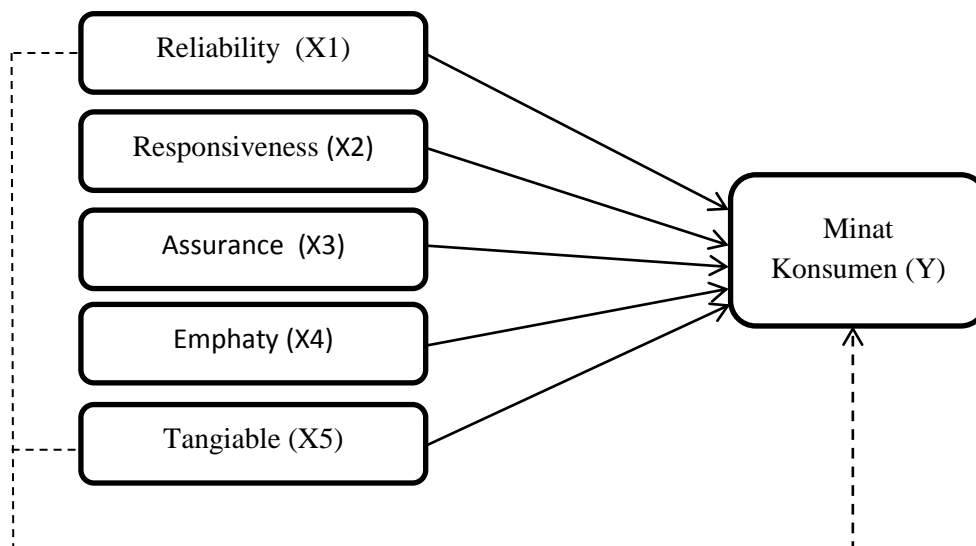
2. Pelayanan adalah perihal atau cara melayani. Maksud penulis di sini adalah cara melayani yang diberikan oleh karyawan RM. Ayam Geprek Solo Cabang Banjarmasin yang termasuk pelayanan disini yang terdiri dari 5 indikator *responsiveness*, *reliabilty*, *asssurance*, *emphaty*, dan *tangiabls*.
3. Minat adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu atau keinginan yang tinggi dalam memilih sesuatu. Maksud penulis di sini adalah hal-hal yang membuat keinginan pengunjung dalam memilih makanan di RM. Ayam Geprek Solo Cabang Banjarmasin.
4. Konsumen yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pelanggan yang membeli ke RM. Ayam Geprek Solo Cabang Banjarmasin.

F. Kerangka Penelitian

Dalam kerangka teori, penulis menggambarkan hubungan secara sistematis antara variabel x dan variabel y, yakni kualitas pelayanan dengan minat konsumen RM. Ayam Geprek Solo Cabang Banjarmasin.

Gambar 1.1

Kerangka Penelitian



Keterangan :

-----> : Garis yang berpengaruh secara simultan (Uji F) kualitas pelayanan (daya tanggap, kehandalan, jaminan, perhatian dan bukti fisik) terhadap minat konsumen.

————> : Garis yang berpengaruh secara parsial (Uji T) kualitas pelayanan (daya tanggap, kehandalan, jaminan, perhatian dan bukti fisik) terhadap minat konsumen.

Pengukuran tingkat minat mahasiswa atau konsumen dalam sebuah perusahaan dapat dilihat dari kualitas pelayanan, maka perusahaan harus menilai faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat konsumen atau mahasiswa tersebut. Menurut Prasuraman, Zeithaml, dan Berry dimensi dalam pengukuran tingkat minat konsumen terhadap kualitas pelayanan yaitu : 1. Keandalan (*reliability*), 2. Daya tanggap (*responsiveness*), 3. Jaminan (*assurance*), 4. Empati (*emphaty*), 5. Bukti langsung (*tangiabls*).⁷ Dari pendapat ini penulis mengambil lima dimensi yang telah disebutkan karena semua itu berpengaruh terhadap minat konsumen.

G. Hipotesis Penelitian

Hipotesis dapat diartikan sebagai jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan dalam penelitian, sampai terbukti melalui data yang

⁷ Lerbin R.Aritonang R, *kepasaan pelanggan* (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2005), hlm.23.

terkumpul. Hipotesis yang diajukan peneliti dalam penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Hipotesis Secara Simultan

Ho : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan terhadap minat konsumen pada RM. Ayam Geprek Solo Cabang Banjarmasin

Ha : Terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan meliputi terhadap minat konsumen pada RM. Ayam Geprek Solo Cabang Banjarmasin.

2. Hipotesis Secara Parsial

a. Daya Tanggap

Ho : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan faktor daya tanggap terhadap minat konsumen pada RM. Ayam Geprek Solo Cabang Banjarmasin.

Ha: Terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan RM. Ayam Geprek Solo faktor daya tanggap terhadap minat konsumen pada RM. Ayam Geprek Solo Cabang Banjarmasin.

b. Keandalan

Ho : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan faktor keandalan terhadap minat konsumen pada RM. Ayam Geprek Solo Cabang Banjarmasin.

Ha : Terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan RM. Ayam Geprek Solo faktor kehandalan terhadap minat konsumen pada RM. Ayam Geprek Solo Cabang Banjarmasin.

c. Jaminan

Ho : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan faktor jaminan terhadap minat konsumen pada RM. Ayam Geprek Solo Cabang Banjarmasin.

Ha : Terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan RM. Ayam Geprek Solo faktor jaminan terhadap minat konsumen pada RM. Ayam Geprek Solo Cabang Banjarmasin.

d. Perhatian

Ho: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan faktor perhatian terhadap minat konsumen pada RM. Ayam Geprek Solo Cabang Banjarmasin.

Ha : Terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan RM. Ayam Geprek Solo faktor perhatian terhadap minat konsumen pada RM. Ayam Geprek Solo Cabang Banjarmasin.

e. Bukti Fisik

Ho : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan faktor bukti fisik terhadap minat konsumen pada RM. Ayam Geprek Solo Cabang Banjarmasin.

Ha : Terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan RM. Ayam Geprek Solo faktor bukti fisik terhadap minat konsumen pada RM. Ayam Geprek Solo Cabang Banjarmasin.

H. Kajian Pustaka

Melihat berbagai penelitian terdahulu yang penulis lakukan, berkaitan dengan bisnis, terdapat beberapa penelitian yang terdahulu berkaitan dengan masalah yang diteliti. Namun, demikian ditemukan substansi yang berbeda dengan persoalan yang penulis angkat. Adapun penelitian yang dimaksud adalah :

1. Penelitian yang dilakukan oleh Siti Rahmah Zahratun Nisa (1001150167) Jurusan Ekonomi Syariah yang berjudul “Pengaruh Pelayanan terhadap Minat Pengunjung Montana Hotel Syariah di Banjarbaru”. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan Pengaruh pelayanan terhadap Minat pengunjung Montana Hotel Syariah di Banjarbaru. Pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh pelayanan yang terdiri dari lima dimensi *tangible, reliability, responsiveness, assurance*, dan *emphaty* terhadap minat konsumen. Ternyata dimensi *responsiveness* mempunyai pengaruh paling dominan terhadap minat pengunjung.⁸

⁸Siti Rahmah Zahratun Nisa, *Pengaruh Pelayanan terhadap Minat Pengunjung Montana Hotel Syariah di Banjarbaru*, (Skripsi, Banjarmasin 2010)

Skripsi ini lebih menekankan pada kepuasan konsumen dengan kualitas pelayanan jasa penginapan. Sedangkan penelitian yang penulis lakukan ini lebih menekankan pada minat konsumen dalam berbelanja barang pada tempat tersebut di Rumah Makan Ayam Geprek Solo Cabang Banjarmasin.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Gazali (1001150174) Jurusan Ekonomi Syariah yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Karyawan terhadap kepuasan konsumen Pada mini market Alfamart di Banjarmasin”. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yang terdiri dari lima dimensi *tangible, reliabilities, responsiveness, assurance, dan empathy* terhadap kepuasan pelanggan. Ternyata dimensi reliability mempengaruhi paling kuat terhadap kepuasan pelanggan.⁹ Skripsi ini lebih menekankan pada kepuasan konsumen dengan kualitas pelayanan jasa pada mini market alfamart, berbeda dengan penelitian yang penulis lakukan lebih menekankan pada minat konsumen dalam berbelanja di tempat tersebut.
3. Penelitian yang dilakukan oleh Katrunnida (0801158992) Jurusan Ekonomi Syariah yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Rumah Timung Hafabi Terhadap Kepuasan Konsumen”. Peneliti ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh pelayanan terhadap kepuasan konsumen yang terdiri dari lima dimensi *tangible, reliability, responsiveness, assurance,*

⁹Ahmad gazali, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Karyawan terhadap kepuasan konsumen Pada mini market Alfamart di Banjarmasin*,(Skripsi,2010).

dan *emphaty* terhadap kepuasan pelanggan.¹⁰ Skripsi ini lebih menekankan pada kepuasan konsumen dengan kualitas pelayanan jasa pada Rumah Timung Hafabi, berbeda dengan penelitian yang penulis lakukan lebih menekankan pada minat konsumen dalam berbelanja ditempat tersebut.

I. Sistematika Penulisan

Penelitian skripsi ini terdiri 5 bab, dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab I adalah pendahuluan, memuat latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, definisi operasional, hipotesis, kerangka pemikiran, kajian pustaka, sistematika penulisan.

Bab II adalah landasan teori yang membahas teori-teori untuk menganalisis data yang diperoleh. Berisikan tentang pengertian serta maksud dari kualitas produk dan penetapan harga sehingga membentuk suatu format pemikiran yang utuh, logis, kritis, dan sistematis.

Bab III adalah metode penelitian, yang berisi tentang jenis, sifat, dan lokasi penelitian, subjek dan objek penelitian yang menjadi sumber informasi tentang data yang akan digali, data dan sumber data yang berisi tentang apa saja yang diperlukan, untuk proses pengumpulannya maka akan dituang pada teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data dan analisis data setelah semua data terkumpul, dan tahapan penelitian.

¹⁰ Katrunnida, Pengaruh Kualitas Pelayanan Rumah Timung Hafabi Terhadap Kepuasan Konsumen, (Skripsi,2008).

Bab IV adalah penyajian data dan laporan data, dalam bab ini semua laporan penelitian disajikan dan analisisnya berhubungan dengan rumusan masalah yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini.

Bab V adalah penutup, dari penelitian yang di lakukan, terdiri dari simpulan dan saran. Hal ini memungkinkan sebagai penegasan terhadap jawaban atas permasalahan yang terkait dengan permasalahan ini. pada akhirnya penulisan skripsi ini dilengkapi dengan daftar pustaka sebagai rujukan.