

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

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

Islam adalah agama yang universal dan komprehensif, yaitu agama yang mengatur kehidupan manusia disegala penjuru dunia yang meliputi aspek kehidupan: aqidah, syariah, akhlak, ibadah dan muamalah. Islam bukan hanya mengatur kehidupan manusia dengan Tuhannya, melainkan juga mengatur urusan manusia dengan sesamanya serta lebih jauh dari urusan manusia dengan lingkungannya. (Ma'ruf, 2006, hlm. 33). Islam adalah agama yang mengatur umatnya dalam kehidupan dunia dan akhirat demi kemaslahatan yang termasuk di dalamnya kemaslahatan perekonomian. (Hendi, 2007, hlm. 287). Dalam ekonomi islam, setiap keputusan ekonomi seorang manusia tidak terlepas dari nilai-nilai moral dan agama karena setiap kegiatan senantiasa dihubungkan dengan syariat. Allah telah menetapkan batas-batas tertentu terhadap perilaku manusia sehingga menguntungkan individu tanpa mengorbankan hak-hak individu lainnya, sebagaimana yang ditetapkan dalam hukum Allah (syariah). Setiap orang mukmin berusaha mencari kenikmatan dengan cara mematuhi perintah-Nya dan memuaskan dirinya sendiri dengan barang-barang dan anugerah yang diciptakan Allah untuk manusia demi kemaslahatan umat. (Muhammad, 2006, hlm. 85).

Semakin maju peradaban manusia, semakin bertambah jenis usaha yang bisa diciptakan. (Junaidi, 2019, hlm. 1).

Manusia adalah makhluk Allah yang paling sempurna, tetapi manusia tidak dapat hidup sendiri di bumi ini, melainkan manusia harus hidup bermasyarakat, dan tolong-menolong antara manusia yang satu dengan manusia yang lainnya. Itulah sebabnya manusia disebut makhluk sosial, karena setiap manusia harus memberikan andilnya kepada orang lain. Kehidupan sehari-hari setiap individu, perusahaan dan masyarakat secara keseluruhannya akan menghadapi persoalan-persoalan yang bersifat ekonomi sebagai kegiatan seseorang atau suatu perusahaan ataupun suatu masyarakat untuk memproduksi (menggunakan) barang maupun jasa. (Sadono, 2008, hlm. 4).

Dalam ekonomi ada dua jenis produk yang dapat diperjualbelikan dua hal itu adalah barang dan jasa. Barang adalah jenis produk yang diperjualbelikan yang mempunyai bentuk fisik yang dapat dirasakan oleh panca indera atau mempunyai bentuk *tangible* adapun hal yang berkaitan dengan jasa adalah pelayanan.

Islam sebagai agama yang ajarannya *rahmatan lil 'alamin*, pada dasarnya membuka peluang usaha bagi pemeluknya untuk mengembangkan usaha dibidang perekonomian, lebih-lebih menyangkut lembaga perekonomian umat dan dapat saling tolong-menolong. Allah berfirman dalam Q. S. al-Maidah/5:2.

.... وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿١٩٨﴾

*“Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. dan bertakwalah kamu kepada Allah, Sesungguhnya Allah Amat berat siksa-Nya”.* (Departemen Agama RI, 2010, hlm. 198).

Dari ayat diatas Allah memerintahkan kepada umat-Nya untuk saling menolong didalam koridor “mengerjakan kebajikan dan takwa” dan Allah melarang sebaliknya. Jika melanggar ketentuan Allah maka hukuman akan diberikan dan “Sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya”.

Kodrat manusia diciptakan sebagai makhluk yang bergelut di bidang ekonomi, baik secara personal maupun kolektif, dalam memenuhi kebutuhan hidup, yang pada satu sisi tidak terbatas dan pada sisi lain dihadapkan pada sumber-sumber terbatas. (Indri, 2008, hlm. 1). Krisis ekonomi yang dirasakan oleh bangsa Indonesia sejak pertengahan tahun 1997 dan di lanjutkan pada krisis global pada pertengahan tahun 2008 lalu memberi perjalanan berharga tentang kekuatan bangunan struktur usaha di Indonesia. Banyak perusahaan-perusahaan di Indonesia tidak mampu bertahan dalam menghadapi krisis moneter ini, sehingga banyak terjadi Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) karyawan.

Usaha kecil dapat dijadikan alternatif bagi masyarakat untuk menciptakan lapangan kerja baru dan mampu bertahan dalam krisis global yang melanda Indonesia. Tumbuh dan berkembangnya perekonomian di suatu negara tidak terlepas dari peran pengusaha swasta kecil, menengah maupun besar. Tumbuh dan berkembangnya barang dan jasa yang dibutuhkan oleh manusia, terjadinya penyerapan tenaga kerja yang begitu banyak dan perputaran uang yang besar dan

cepat, tidak mungkin tanpa adanya peran dari *entrepreneur* (wirausaha). Sehingga peran wirausahawan atau masyarakat sangat penting dan strategis dalam memicu pertumbuhan dan perkembangan ekonomi suatu Negara.

Wirausahawan (*entrepreneur*) adalah orang yang berjiwa berani mengambil resiko untuk membuka usaha dalam berbagai kesempatan. Berjiwa berani mengambil resiko artinya bermental mandiri dan berani memulai usaha, tanpa diliputi rasa takut dan cemas sekalipun dalam kondisi tidak pasti. Seorang wirausahawan dalam pikirannya selalu berusaha mencari, memanfaatkan, serta menciptakan peluang usaha yang dapat memberikan keuntungan.

Selain itu ada hal-hal penting lain yang mempengaruhi dalam berwirausaha, antara lain memiliki tekad dan semangat yang kuat, memiliki percaya diri yang tinggi, senantiasa melahirkan ide-ide baru dan semangat mengantisipasi masa depan, kemauan atau niat yang kuat akan sangat banyak membuahkan hasil daripada modal yang besar, dan menggunakan modal kegigihan dan kemauan merupakan modal utama karena modal ini tidak dapat dibeli dan atau dipinjam dari orang lain, sedangkan yang mengandalkan modal berupa dana (uang) dapat dipinjam dari bank atau lembaga keuangan bukan bank lainnya. (Leonardus, 2009, hlm. 2).

Kewirausahaan adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat, dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses. Menurut Drucker kewirausahaan adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru

dan berbeda melalui pemikiran kreatif dan tindakan inovatif demi terciptanya peluang. (Suryana, 2008, hlm. 2).

Keberhasilan dan kegagalan dalam dunia usaha merupakan kenyataan yang dapat dialami oleh setiap pengusaha. Dunia usaha berisi dengan persaingan, peluang, tantangan dan kegairahan meupun kelesuan yang dapat menyebabkan naik turunnya suatu usaha. Oleh karena itu, sudah seharusnya seorang pengusaha jeli dalam melihat suatu peluang dan memanfaatkannya, karena dunia usaha yang penuh tantangan dan kegairahan tersebut tidak selalu akan berakhir dengan membawa suatu kesuksesan. Usaha kecil dapat berhasil jika dilandaskan oleh berbagai macam faktor pendorong yang digunakan dalam menjalankan kegiatan usaha yang dapat memicu keberhasilan usaha tersebut. Faktor pendorong keberhasilan usaha adalah pengelolaan usaha dengan adanya faktor pemasaran, faktor produksi, faktor organisasi, manajemen, serta adanya faktor keuangan. (Anoraga, 1992, hlm. 38).

Pelayanan adalah menolong, menyediakan segala apa yang diperlukan orang lain. Ataupun dengan makna lain adalah menyediakan sesuatu yang dibutuhkan orang lain dalam bentuk yang tidak berwujud *intangible*. Pelayanan dapat diberikan oleh perorangan ataupun dalam bentuk lembaga seperti perusahaan. (Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, 2010, hlm. 865).

Persepsi menurut kamus umum bahasa Indonesia adalah persepsi secara umum, persepsi adalah proses internal kita memilih mengevaluasi dan mengorganisasikan stimuli dan lingkungan kita. (Dedi, 2008, hlm. 125).

Persepsi terdiri dari 3 aktivitas, yakni seleksi, organisasi dan interpretasi. Tahap terpenting dalam persepsi adalah interpretasi atas informasi yang kita peroleh melalui salah satu atau lebih indera kita. Namun kita tidak bisa menginterpretasikan makna setiap objek tersebut. Jadi pengetahuan yang diperoleh melalui persepsi bukan pengetahuan mengenai objek sebenarnya, melainkan pengetahuan mengenai bagaimana tampaknya objek tersebut. (Fahrina, 2018, hlm. 20).

Berkembangnya riset kepuasan pelanggan dan penganugerahan penghargaan terhadap kesuksesan perusahaan dalam meraih skor tertinggi indeks kepuasan pelanggan nasional (*National Customer Satisfaction Index*) juga berkontribusi pada peningkatan kepedulian produsen dan konsumen terhadap pentingnya kepuasan pelanggan. (Fandy, 2016, hlm 119). Kepuasan pelanggan menjadi topik yang penting karena pada dasarnya kepuasan pelanggan inilah yang harus menjadi tujuan setiap pemasaran. Pada dasarnya, kepuasan konsumen adalah sejauh mana manfaat sebuah produk yang dirasakan (*perceived*) sesuai dengan apa yang diharapkan. Lembaga harus memahami apa sesungguhnya harapan konsumen atas produknya. Semakin tepat pemasar merumuskan harapan konsumen, semakin mudah pula memberikan kepuasan. (Taufiq, 2005, hlm. 13). Pelanggan tidak akan merasa puas apabila pelanggan mempunyai persepsi bahwa harapannya belum terpenuhi. Kepuasan pelanggan sangat tergantung pada harapannya. Namun demikian, kepuasan pelanggan tercipta karna beberapa faktor seperti berikut: kualitas produk, kualitas layanan, emosional, harga dan

biaya. Selain itu juga dipengaruhi oleh faktor-faktor pribadi serta yang bersifat situasi sesat. (Freddy, 2006, hlm. 30).

Suatu kegiatan usaha (Bisnis) yang dijalankan oleh suatu perusahaan, tentulah memiliki beberapa tujuan yang ingin dicapai oleh pemilik dan manajemen. Tujuan perusahaan sulit dicapai apabila perusahaan tersebut tidak bekerja atau beroperasi secara efisien. Agar tujuan tersebut dapat tercapai, manajemen perusahaan harus mampu membuat perencanaan yang tepat dan akurat. Kemudian, pelaksanaan di lapangan harus dilakukan secara baik dan benar sesuai dengan rencana yang telah disusun. (Philip, 1999, hlm. 26).

Dalam menghadapi persaingan perusahaan harus dapat mengambil kebijakan dengan tepat dalam bidang perbelanjaan produk, pemasaran maupun personalia. Serta mampu memanfaatkan peluang-peluang secara jeli. Dengan begitu diharapkan perusahaan mendapatkan keuntungan yang maksimal. Didalam dunia bisnis saat ini hampir semua perusahaan melaksanakan politik penjualan kredit. Politik ini dilaksanakan karena perusahaan ini menguasai pasar, dan meningkatkan omzet penjualan yang diharapkan akan dapat meningkatkan keuntungan perusahaan serta dapat terbinanya hubungan yang akrab dengan pelanggan. Namun didalam kebijaksanaan penjualan kredit menanggung biaya-biaya baru yang muncul serta menanggung segala resiko dari kebijaksanaan penjualan kredit dan mampu menganalisa konsumen dengan baik makna keuntungan pun bisa didapatkan. Dalam penjualan kredit perusahaan tidak segera menghasilkan penerimaan kas, tetapi yang berawal dari pengumpulan piutang tersebut. Dengan demikian piutang merupakan elemen modal kerja yang selalu

berputar terus menerus dalam rantai perputaran modal kerja. Kebijakan kredit akan membawa konsekwensi dengan resiko yang cukup besar, resiko-resiko tersebut antara lain adalah piutang yang pembayarannya tertunda. (Indra, 2009, hlm. 3). Untuk penetapan pembayaran kredit mesin fotokopi pada PT. Modern Pratama Eiryn Jaya Abadi menerapkan sistem seperti pada tabel dibawah ini:

### 1.1 Rincian Kredit

NAMA BARANG	HARGA KONTAN	HARGA KREDIT 1 BULAN	HARGA KREDIT 2 BULAN
FS M 2040	8.150.000	8.400.000	8.900.000
FS M 2640	9.750.000	10.000.000	10.250.000
TA 2200 PLATEN	11.500.000	11.750.000	12.000.000
MP 2014 PLATEN	14.000.000	14.250.000	14.500.000
MP 2014 ADF	17.500.000	17.750.000	18.000.000



## Lanjutan

NAMA BARANG	HARGA	HARGA	HARGA
	KREDIT 3 BULAN	KREDIT 6 BULAN	KREDIT 12 BULAN
FS M 2040	9.650.000	11.150.000	14.150.000
FS M 2640	19.400.000	11.250.000	12.750.000
TA 2200 PLATEN	12.250.000	13.000.000	14.500.000
MP 2014 PLATEN	14.750.000	15.500.000	17.000.000
MP 2014 ADF	18.250.000	19.000.000	20.500.000

Maksud dari rincian diatas adalah contoh apabila konsumen menggunakan yang 1 bulan maka konsumen harus membayar dp sebesar 50% lalu 1 bulan kemudian konsumen sudah harus melunasi cicilan tersebut. Pembayaran dilakukan sesuai dengan waktu yang telah disepakati diawal antara konsumen dan penjual. Kemudian konsumen diminta untuk menandatangani surat perjanjian yang berisi tentang jangka waktu pembayaran yaitu setiap 30 hari, cara dan tempat pembayaran bisa melalui transfer atau cash, kewajiban kedua belah pihak. Selain langsung kredit pada PT. Modern Pratama Eiryn Jaya Abadi sistem kredit juga

bisa kita lakukan melalui BFI Syariah *Finance* dan *Homecredit* tetapi pastinya terdapat perbedaan harga dengan langsung mengkredit di kantor karena BFI Syariah *Finance* dan *Homecredit* menggunakan sistem jual beli maksudnya BFI Syariah *Finance* dan *Homecredit* membeli dulu mesin di PT. Modern Pratama Eiryn Jaya Abadi contoh dengan harga Rp 10.000.000 kemudian mereka akan menjual lagi kepada konsumen dengan harga Rp 11.000.000 bahkan lebih dibandingkan mengkredit langsung di PT. Modern Pratama Eiryn Jaya Abadi, tujuan kerjasama ini adalah untuk mengantisipasi apabila ada pelanggan yang kabur, apabila pelanggan kabur sedangkan pelanggan tersebut mengkredit di PT. Modern Pratama Eiryn Jaya Abadi maka sisa pembayaran akan dilakukan oleh karyawan yang telah menjual mesin fotokopi kepada pelanggan tersebut.

Salah satu usaha yang berhasil eksis saat ini adalah usaha percetakan fotokopi, yaitu sebuah mesin atau peralatan kantor yang membuat salinan ke atas kertas dari dokumen, buku maupun suber lain. Mesin fotokopi zaman sekarang menggunakan *Xerografi*, proses kering yang bekerja dengan bantuan listrik maupun panas. Biasanya dalam sebuah pekerjaan, mesin fotokopi sangat dibutuhkan untuk memperbanyak data dan dokumen secara singkat dan tunggu sejenak, semua pekerjaan penggandaan beres. Usaha fotokopi adalah usaha yang sangat menjanjikan karena usaha ini tumbuh dengan pesat dan terbilang tidak tergerus oleh kemajuan jaman atau inflasi lainnya. (Nurul, 2013, hlm. 5).

PT. Modern Pratama Eiryn Jaya Abadi merupakan perusahaan swasta yang didirikan pada tahun 2011. PT. Modern Pratama Eiryn Jaya Abadi adalah sebuah perusahaan swasta yang didirikan dan dikelola oleh sepasang suami istri yaitu bapak Heriyanto SE selaku manajer dan ibu Mardiaty SE selaku kepala administrasi sekaligus pemilik perusahaan. PT. Modern Pratama Eiryn Jaya Abadi terletak di jalan Gatot Subroto VIII komplek Kelapa Gading No. 39 Banjarmasin. PT. Modern Pratama bergerak dibidang dagang dan jasa, yakni distributor mesin *fotocopy*, mesin cetak foto, *sparepart* mesin *fotocopy*, tinta mesin *fotocopy*, kertas foto, dan lain-lain. Selain itu juga melayani dibidang jasa yakni rental mesin *fotocopy* dan *service* kamera.

Perusahaan ini memiliki 15 karyawan yang dibagi menjadi beberapa bidang diantaranya: administrasi 5 orang, gudang 3 orang, teknisi dan marketing 6 orang, dan terakhir 1 orang *office boy* mereka adalah orang-orang yang berada di kantor di Banjarmasin sedangkan untuk daerah Batulicin, Balikpapan dan Samarinda perusahaan ini juga menyediakan teknisi apabila terjadi kerusakan di daerah tersebut agar mempermudah dan mempercepat perbaikan.

Menurut hasil observasi awal, yaitu peneliti melakukan wawancara kepada pemilik perusahaan PT. Modern Pratama Eiryn Jaya Abadi, mereka mengatakan sering mengalami masalah dalam menjalankan usaha, diantaranya banyak pelanggan yang kabur, mesin fotokopi mengalami kerusakan, pelanggan yang memiliki berbagai macam sifat apabila perusahaan mengalami permasalahan diatas maka antara karyawan dan pemilik usaha akan berunding dengan akhirnya memutuskan bagaimana menyikapi permasalahan tersebut biasanya perusahaan

akan memperpanjang tenggang waktu dan memberi keringanan apabila konsumen tidak bisa membayar maka konsumen akan ditanyakan kembali berapa kemampuan konsumen membayar setiap bulannya. Banyak pelanggan yang menggunakan sistem kredit padahal dari pembayaran pun sistem kredit pastilah memerlukan biaya yang lebih banyak sedangkan yang menggunakan sistem kredit tidak hanya pelanggan atau usaha-usaha menengah kebawah terdapat juga perusahaan menengah keatas dan terkenal inilah yang menjadi ketertarikan penulis untuk meneliti lebih lanjut lagi dalam bentuk skripsi tetapi dari masalah diatas

Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan di atas, peneliti tertarik melakukan penelitian lapangan mengenai pengaruh penerapan sistem penjualan kredit mesin fotokopi terhadap kepuasan konsumen dengan mengangkat judul **“Persepsi Kepuasan Konsumen Atas Penerapan Penjualan Sistem Kredit Mesin Fotokopi PT. Modern Pratama Eiryn Jaya Abadi Banjarmasin”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dapat dirumuskan permasalahan pokok dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana persepsi kepuasan konsumen atas penerapan sistem penjualan kredit mesin fotokopi pada PT. Modern Pratama Eiryn Jaya Abadi?
2. Faktor-faktor apasaja yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen atas penerapan sistem penjualan kredit mesin fotokopi pada PT Modern Pratama Eiryn Jaya Abadi Banjarmasin?

## **C. Tujuan Penelitian**

Penelitian yang dilakukan ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui persepsi kepuasan konsumen atas penerapan sistem penjualan kredit mesin fotokopi pada PT. Modern Pratama Eiryn Jaya Abadi.
2. Mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi kepuasan konsumen atas penerapan sistem penjualan kredit mesin fotokopi pada PT Modern Pratama Eiryn Jaya Abadi Banjarmasin

## **D. Signifikansi Penelitian**

### **1. Secara Teoritis**

- a. Sebagai referensi yang dapat menambah pengetahuan dan wawasan serta acuan penelitian di masa yang akan datang.
- b. Penelitian ini dapat memberikan tambahan informasi dan bahan kajian bagi pemilik dan karyawan PT. Modern Pratama Eiryn Jaya Abadi dalam usaha meningkatkan kepuasan konsumen melalui penerapan sistem kredit atau melalui cara yang lebih efektif dan lebih efisien.

### **2. Secara Praktis**

- a. Penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat bagi mahasiswa yang lain ataupun seluruh kalangan yang akan membutuhkan referensi dibidang penelitian ini.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pemilik dan karyawan PT. Modern Pratama Eiryn Jaya Abadi untuk dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam upaya mengatasi masalah yang berkaitan dengan yang diteliti dalam penelitian ini.

## **E. Definisi Operasional**

Untuk memudahkan pemahaman terhadap judul dari penelitian ini dan menghindari terjadinya kesalahpahaman dan kekeliruan dala, menginterpretasikan judul serta permasalahan yang akan diteliti, maka perlu adanya definisi operasional sebagai berikut:

### **1. Persepsi**

Persepsi adalah tanggapan (penerimaan) langsung dari sesuatu (Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa, 2005, hlm. 863). Persepsi dalam penelitian ini yaitu tanggapan dari para konsumen yang menggunakan sistem kredit.

### **2. Kepuasan**

Kepuasan adalah perihal (yg bersifat) puas ; kesenangan ; kelegaan. (Meity, 2011, hlm. 902).

### **3. Konsumen**

Konsumen adalah pemakai barang hasil produksi (Meity, 2011, hlm. 590).

Jadi, Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya (Husein, 2005, hlm. 65). Kepuasan konsumen yang dimaksud adalah kepuasan konsumen menggunakan sistem kredit untuk membeli mesin fotokopi.

#### 4. Penerapan

Penerapan adalah proses, cara, perbuatan menerapkan (Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa, 2005, hlm. 1180). Penerapan dalam penelitian ini yaitu cara membeli mesin fotokopi dengan menggunakan sistem kredit.

#### 5. Penjualan

Penjualan adalah proses, cara, perbuatan menjual (Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa, 2005, hlm. 478).

#### 6. Sistem

Sistem adalah perangkat unsur yang secara teratur saling berkaitan sehingga membentuk totalitas (Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa, 2005, hlm. 1076).

#### 7. Kredit

Kredit adalah harga atau nilai untuk suatu tindakan (Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa, 2005, hlm. 600).

Jadi, penjualan sistem kredit yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu menjual mesin fotokopi dengan cara kredit.



## **F. Kajian Pustaka**

Kajian pustaka sangat diperlukan untuk menghindari penelitian yang sama berdasarkan penelaahan penulis terhadap beberapa penelitian terlebih dahulu, ada beberapa penelitian dengan apa yang akan penulis teliti, diantaranya adalah sebagai berikut :

Nurul Aida (2017) Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin yang berjudul “Strategi Pengelolaan Usaha Fotokopi Cahaya di Banjarmasin” hasil dari yang dibuat saudari Nurul Aida hasil identifikasi terhadap faktor-faktor internal perusahaan memiliki kekuatan yang saat ini dimiliki oleh perusahaan seperti pelayanan yang baik, tempat yang strategis, hasil fotokopi yang bersih, harga yang ekonomis dan terjangkau, memberikan diskon harga, dan keahlian pemilik fotokopi dalam hal memperbaiki mesin. Faktor-faktor internal yang menjadi kelemahan perusahaan, yaitu: sering terjadi kesalahan dalam melayani pelanggan, mesin fotokopi terbatas, promosi yang kurang luas, dan mesin sering *error*. Perbedaan pada penelitian Nurul Aida adalah yang diteliti beliau strategi mengelola usaha sedangkan penulis meneliti tingkat kepuasan konsumen terhadap sistem penjualan kredit. Adapun persamaannya yaitu membahas tentang usaha fotokopi.

Febria Arbayana (2015) Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin yang berjudul “*Profit Selling Bank Muamalat Indonesia (BMI) Cabang Banjarmasin dalam Menyalurkan Kredit Pemilikan Rumah (KPR)*” hasil dari yang dibuat oleh saudari Febria Arbayana adalah model transaksi akad pembiayaan Bank Muamalat Indonesia (BMI)

cabang Banjarmasin dalam transaksi Kredit Pemilikan Rumah IB untuk menghindari riba ada dengan dua cara, yaitu: pembiayaan melewati akad *musyarakah mutanaqisah* yaitu antara pihak bank dengan nasabah berkonsi (*musyarakah*) untuk membeli rumah. Dan cara yang kedua pembiayaan melewati akad *murabahah* yaitu pihak bank membeli sebuah rumah kemudian rumah tersebut di jualnya kepada nasabah secara cicilan atau angsuran (*al bai bitsaman aji*). Perbedaan pada penelitian Febria Arbayana adalah yang diteliti beliau produk Bank Muamalat cabang Banjarmasin sedangkan penulis meneliti strategi atau cara penjualan mesin fotokopi. Adapun persamaannya yaitu membahas tentang sistem kredit.

Ahmad Gazali (2015) Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Karyawan Terhadap Kepuasan Konsumen pada *Mini Market* Alfamart di Banjarmasin” hasil dari yang dibuat oleh saudara Ahmad Gazali adalah kualitas pelayanan karyawan yang paling berpengaruh secara persial terhadap kepuasan konsumen pada mini market Alfamart Cabang Banjarmasin adalah *reliability* atau kehandalan kehandalan dengan t hitung sebesar 2.638 dan *tagible* atau tampilan fisik t hitung sebesar 2.982. Perbedaan pada penelitian Ahmad Gazali adalah yang diteliti beliau kualitas pelayanan minimarket Alfamart Cabang Banjarmasin sedangkan penulis meneliti strategi atau cara penjualan mesin fotokopi secara kredit. Adapun persamaannya yaitu membahas tentang kepuasan konsumen.

## **G. Sistematika Pembahasan**

Penyusunan skripsi ini terdiri dari lima bab, dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab pertama pendahuluan merupakan bab yang menguraikan mengenai Latar Belakang Masalah dari peneliti yang kemudian ditarik secara eksplisit dalam rumusan masalah. Sebagai acuan dari keseluruhan penelitian ini akan ditegaskan dengan tujuan penelitian yang merupakan hasil dari yang diinginkan. Signifikansi Penelitian merupakan pemaparan secara spesifik kegunaan hasil penelitian. Definisi Operasional merupakan batasan istilah untuk menghindari kesalahpahaman dalam menginterpretasikan judul. Kajian Pustaka dan Sistematika Penulisan yaitu untuk mempermudah penulisan skripsi.

Bab kedua berisi landasan teori, pada bab ini akan dijabarkan masalah-masalah yang berhubungan dengan objek penelitian melalui teori-teori yang mendukung serta relevan dari buku atau literatur yang berkaitan dengan masalah yang diteliti dan juga sumber informasi dari peneliti sebelumnya.

Bab ketiga metode penelitian yang menguraikan mengenai jenis, sifat dan lokasi penelitian, subjek dan objek penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data, dan analisis data, serta tahapan penelitian.

Bab keempat merupakan hasil data pembahasan, yaitu memuat tentang gambaran umum tentang lokasi penelitian, hasil analisis data serta jawaban atas rumusan masalah.

Bab kelima merupakan penutup dari penelitian yang dilakukan ini, terdiri atas: kesimpulan atas hasil penelitiannya dan memberikan saran berdasarkan hasil penelitiannya.