

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Islam adalah agama *rahmatan lil 'alamin*, yaitu agama yang membawa keberkahan pada seluruh alam. Setiap sendi kehidupan manusia, mulai dari bangun tidur hingga tidur lagi telah diatur dalam ajaran Islam. Diantaranya juga mengatur tentang hubungan antar sesama manusia dalam interaksi sosial (muamalah).

Muamalah adalah bagian dari ibadah yang harus dilakukan. Tak sempurna Islam seseorang bila amal ibadahnya kepada Allah baik, tetapi hubungan dengan sesama manusia atau muamalahnya buruk. Jika hubungan manusia dengan Allah baik maka hubungan manusia dengan manusianya juga harus baik pula. Sehingga umat Islam diajarkan untuk melakukan muamalah sebaik-baiknya.

Bekerja merupakan salah satu contoh perbuatan muamalah, bukan hanya antara hubungan sesama manusia, tetapi mengandung makna ibadah seorang hamba kepada Allah. Umat Islam diajarkan untuk bekerja keras, mencari nafkah, melanjutkan kehidupan dengan cara mencari rezeki yang halal. Allah telah mengatur rezeki setiap manusia dan makhluk hidup lainnya, untuk mendapatkan rezeki yang halal tentu disertai dengan usaha yang baik sesuai dengan syariat Islam. Perintah bekerja sudah disebutkan dalam firman Allah Swt pada QS. Al-Jumu'ah/62: 10.

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا

لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠﴾

“Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi; carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak agar kamu beruntung”. (Kementerian Agama RI, Al-Qur’an dan Terjemah, 2012, hlm. 554)

Dalam melakukan pekerjaan, aspek etika merupakan hal mendasar yang harus selalu diperhatikan. Seperti bekerja dengan baik, didasari iman dan taqwa, sikap jujur dan amanah, bertanggung jawab, tidak menipu, bersumpah, dan tidak melakukan pekerjaan yang bertentangan dengan Alqur’an dan hadits.

Konsep Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang dan jasa, jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas kepada orang lain atau pelanggan, sehingga mereka akan merasa puas dengan hasil yang diberikan. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam QS. Al-Baqarah/2: 267.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِأَخَذِهِ إِلَّا أَنْ تُعْمِضُوا فِيهِ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ عَنِّي حَمِيدٌ ﴿٢٦٧﴾

“Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa 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 memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji”. (Kementerian Agama RI, Al-Qur’an dan Terjemah, 2012, hlm. 45).

Ayat ini menjelaskan kepada kita bahwa ada kewajiban untuk menafkahkan hasil dari usaha yang kita lakukan yaitu berupa nafkah yang baik dan bermanfaat yang dihasilkan dari kerja yang halal. Di samping itu, kita harus memilih harta atau hasil usaha yang baik agar berkah dan mendapat pahala dari Allah Swt. Jika dikaitkan dengan pelayanan, maka seorang pengusaha maupun karyawan harus

bekerja dengan ikhlas dan sungguh-sungguh agar bisa memberikan hasil yang maksimal.

Imam An-Nasa'i meriwayatkan dari hadits Utsman yang dinisbatkan kepada Nabi Muhammad Saw, "*Allah memasukkan ke dalam surga orang yang mudah saat membeli, menjual, melunasi, dan menagih*". Lalu dalam riwayat Imam Ahmad dari hadits Abdullah bin Amr disebutkan dengan redaksi yang sama seperti itu. Dalam hadits ini terdapat anjuran untuk bersifat lapang dan murah hati dalam kehidupan sosial (muamalah), serta menunjukkan akhlak yang mulia satu sama lain. Hadits ini juga memotivasi agar tidak menyusahkan ketika menagih utang serta senantiasa memberi maaf kepada mereka (Suyanto, 2018, hlm. 250-251).

Seiring dengan berkembangnya perekonomian Indonesia khususnya dan global umumnya serta kemajuan pola pikir dan perilaku masyarakat, mengakibatkan tingkat persaingan usaha menjadi semakin tinggi sehingga perusahaan yang mampu memberikan kepuasan pelanggan lah yang akan memperoleh simpati. Pelanggan telah pandai memilah-milah dan memilih produk mana yang memberikan keuntungan lebih, serta pelayanan yang paling memuaskan. Sebagian perusahaan sengaja memanjakan pelanggannya melalui pelayanan yang diberikan.

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Dalam Islam kepuasan pelanggan adalah memenuhi kebutuhannya cenderung untuk memilih barang dan jasa yang memberikan masalah maksimum berkaitan dengan kebutuhan, keinginan, manfaat dan berkah. Seorang muslim

untuk mencapai tingkat kepuasan harus mempertimbangkan beberapa hal, yaitu barang yang dikonsumsi adalah halal, baik secara zatnya maupun cara memperolehnya, tidak bersifat *isyraf* (berlebihan) dan *tabzir* (sia-sia). Oleh karena itu kepuasan seorang muslim tidak didasarkan atas sedikit banyaknya barang yang bisa dikonsumsi, tetapi didasarkan atas seberapa besar nilai ibadah yang didapatkan dari apa yang dilakukannya.

Selanjutnya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan sebagai upaya menarik minat konsumen terhadap masalah, maka produsen sebagai penyedia barang-barang konsumsi mengadakan berbagai macam upaya untuk memupuk kepercayaan serta keinginan konsumen untuk memenuhi kebutuhannya (Yanti, 2017, hlm. 2). Salah satu caranya yaitu dengan meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan dengan memberikan pelayanan terbaik sesuai dengan etika bisnis dalam perspektif Islam.

Dalam bisnis Islam, etika bisnis sangatlah penting, mulai dari sejak proses bisnis sampai layanan, sejatinya harus menuruti aturan ajaran Islam. Banyak contoh dalam Islam untuk berbisnis dengan etika yang baik justru akan memudahkan proses penjualan dan meningkatkan kepercayaan. Semakin meningkat kepercayaan maka bisnis akan lancar dan berkesinambungan, sehingga menghasilkan keuntungan yang lebih. Selain itu etika bisnis dalam Islam adalah sejumlah perilaku etis bisnis (*akhlaq al islamiyah*) yang dibungkus dengan nilai-nilai syariah yang mengedepankan halal dan haram. Jadi perilaku yang etis itu adalah perilaku yang mengikuti perintah Allah dan menjauhi larangannya (Sukarno, 2013, hlm. 19).

Abdalla Hanafy dan Hamid Salam, masing-masing adalah guru besar Marketing dan International Business di *St. Cloud State University* merumuskan etika pelayanan Islami (Karim, 2001, hlm. 166) sebagai berikut:

1. Etika untuk selalu menyampaikan yang benar
2. Etika untuk dapat dipercaya
3. Etika untuk mengerjakan sesuatu dengan ikhlas
4. Etika persaudaraan
5. Penguasaan ilmu pengetahuan
6. Etika keadilan.

Beberapa penulis memberikan pendapat tentang filsafat etika dalam Islam. Menurut Beekun, Islam memiliki enam aksioma dari filsafat etika Islam. Diantaranya, tauhid (kesatuan), adil (keseimbangan), *freewill* (kebebasan), *responsibility* (pertanggungjawaban), dan ihsan (kemanfaatan) (Harahap, 2011, hlm. 78). Ada beberapa nilai-nilai bisnis Islami yang mengambil konsep dari keteladanan sifat Rasulullah Saw. Nilai-nilai bisnis Islam ini merupakan *key succes factors* dalam berbisnis yang harus diterapkan dalam memberikan pelayanan maksimal sehingga nantinya dapat tercipta konsep bisnis Islam (Sukarno, 2013, hlm. 10).

1. *Shiddiq* (kejujuran)
2. *Amanah* (bertanggung jawab)
3. *Tabligh* (komunikatif)
4. *Fathanah* (cerdas)

Di kota Banjarmasin banyak terdapat tempat usaha seperti toko yang menjual kebutuhan bahan pokok. Rumah Pangan Adi N-Talu yang bertempat di Jalan Kelayan A adalah salah satu dari banyaknya toko yang menjual bahan pokok tersebut. Toko Adi N-Talu adalah toko yang berkembang dengan cepat, hingga saat ini sudah memiliki 4 buah toko besar yang tersebar di Banjarmasin.

Adapun untuk lokasi toko tersebut dengan nama toko yang berbeda, 2 toko diantaranya terletak di pasar Sentral Antasari Banjarmasin dengan nama “Toko Pangan Adi N-Talu” karena lokasinya berada di pasar yang berupa pertokoan maka disebutlah “Toko Pangan”, 1 buah terletak di jalan Kelayan A Banjarmasin dengan nama toko “Rumah Pangan Adi N-Talu” karena lokasinya yang berada di pinggir jalan raya berupa rumah sekaligus toko (Ruko) sehingga disebutlah “Rumah Pangan”, dan 1 buah lainnya terletak di jalan Kelayan B Banjarmasin dengan nama toko “Rumah Pangan Adi N-Talu Salma”, tidak berbeda dengan sebelumnya istilah penyebutan Rumah Pangan, hanya saja disematkan nama pengelola “Salma” di nama toko tersebut.

Jam operasional buka tutup toko pun tidak sama. Di pasar Sentral Antasari misalnya, toko menyesuaikan waktu interaksi pasar dimulai pada dini hari yakni mulai pukul 03.30 WITA sampai dengan pukul 17.00 WITA. Sedangkan untuk jam operasional rumah pangan dimulai dari pukul 07.00 WITA sampai dengan pukul 20.00 WITA, menyesuaikan dengan waktu beraktivitas masyarakat sekitar. Peneliti memilih rumah pangan sebagai lokasi penelitian dikarenakan lokasinya yang strategis tepat berada di pinggir jalan raya dan dekat dengan pemukiman

masyarakat, jam operasional yang digunakan tidak jauh berbeda dengan jam-jam kerja lain pada umumnya.

Berdasarkan informasi yang didapatkan oleh peneliti melalui wawancara langsung kepada pemilik toko, yakni Bapak Husin Al-Qadri alias Adi. Toko Pangan Adi N-Talu ini pada awalnya adalah milik orang tua beliau Bapak H. Suryani yang memberikan penamaan toko berdasarkan nama anak beliau yaitu Adi, dan sebagian besar penjualannya pun lebih difokuskan pada telur atau dalam bahasa Banjar nya “hintalu” maka disebutlah toko tersebut menjadi toko Adi N-Talu. Hingga sekarang penjualan telur di toko tersebut semakin meningkat dan berkembang ditambah lagi sekarang toko menawarkan berbagai macam produk kebutuhan pangan lain seperti beras, gula, tepung, minyak goreng, dan sebagainya. Hal yang paling membuat Toko Adi N-Talu disukai banyak konsumen dan memiliki banyak pelanggan tetap adalah karena setiap cabang toko memiliki banyak karyawan, sehingga membuat konsumen merasa nyaman dan puas karena mendapatkan pelayanan yang bagus dan cepat.

Dari hasil observasi awal yang peneliti lakukan berupa pengamatan secara langsung ketika berbelanja ke Rumah Pangan Adi N-Talu, peneliti menemukan slogan di tempat usaha seperti “Salam, Senyum dan Sapa” yang diharapkan akan diterapkan oleh semua karyawan disana, dan tulisan lainnya berupa pemberitahuan jam tutup toko ketika telah sampai waktu untuk sholat. Hal ini juga yang kemudian menjadikan sebuah alasan bagi peneliti, apakah dengan bertambahnya cabang usaha pada Rumah Pangan Adi N-Talu, pihak pelaku usaha masih mengutamakan kualitas pelayanan yang baik, khususnya dalam aspek etika pelayanan yang

diberikan karyawan kepada konsumen atau pelanggan yang datang untuk membeli kebutuhan pokok. Dengan demikian apakah pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sudah sesuai dan tepat dengan syariat Islam sehingga bisa memberikan efek pengaruh terhadap kepuasan bagi pelanggan, sehingga pelanggan tetap setia membeli kebutuhan pokok di Rumah Pangan Adi N-Talu.

Salah satu cara untuk meningkatkan dan mempertahankan pelanggan di Rumah Pangan Adi N-Talu haruslah diimbangi dengan prinsip etika kerja dan pelayanan Islam di dalamnya agar tidak ada oknum-oknum yang melakukan penyimpangan. Prinsip etika kerja dan pelayanan sesuai dengan syariat Islam yang akan diangkat oleh peneliti dalam penelitian ini adalah etika yang berdasarkan keteladanan sifat Rasulullah Saw. Yakni sifat *Shiddiq* (Kejujuran), *Amanah* (bertanggung jawab), *Tabligh* (komunikatif), dan *Fathanah* (cerdas).

Berawal dari latar belakang diatas, peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian lapangan yang lebih mendalam tentang Rumah Pangan Adi N-Talu yang lebih dikhususkan pada gambaran etika pelayanan dalam perspektif Islam oleh Rumah Pangan Adi N-Talu. Oleh karena itu, peneliti ingin mengangkat judul: “Pengaruh Etika Pelayanan dalam Perspektif Islam Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Pangan Adi N-Talu”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka peneliti merumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah etika pelayanan Islam berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Pangan Adi N-Talu ?
2. Apakah etika pelayanan Islam berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Pangan Adi N-Talu ?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang masalah dan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah etika pelayanan Islam berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Pangan Adi N-Talu.
2. Untuk mengetahui apakah etika pelayanan Islam berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Pangan Adi N-Talu.

D. Signifikansi Penelitian

Hasil penelitian ini nantinya diharapkan dapat berguna baik secara teoritis maupun secara praktis. Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan pengetahuan tentang pengaruh etika pelayanan Islam terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Pangan Adi N-Talu dan wawasan kepada semua pihak yang memerlukan serta diharapkan menjadi salah satu referensi dalam ilmu ekonomi syariah.

Sedangkan kegunaan penelitian secara praktis diharapkan :

1. Bagi peneliti, untuk menambah wawasan dan pengetahuan terutama sebagai salah satu bentuk pengaplikasian ilmu yang telah diperoleh peneliti selama masa perkuliahan.
2. Bagi Rumah Pangan Adi N-Talu, untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan pelanggan sehingga tempat usaha akan mudah untuk melakukan peningkatan pelayanan yang baik agar terciptanya kepuasan pelanggan.
3. Bagi karyawan, dapat digunakan sebagai acuan untuk meningkatkan kinerja, khususnya dalam memberikan pelayanan kepada konsumen.
4. Bagi akademisi, dapat menambah koleksi pustaka bagi mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

E. Definisi Operasional

Untuk menghindari kesalahpahaman dari kekeliruan serta memperjelas masalah yang akan diteliti, maka peneliti merasa perlu memberikan batasan istilah dalam penulisan ini, yaitu sebagai berikut:

1. Pengaruh menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) artinya adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang (Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, 2016). Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan pengaruh adalah sesuatu hal yang dapat mempengaruhi perasaan atau kepuasan pelanggan Rumah Pangan Adi N-Talu terhadap pelayanan yang diberikan.

2. Etika pelayanan dalam istilah kamus ilmiah etika berarti ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak dan kewajiban moral (akhlak). Sedangkan pelayanan adalah perihal atau cara melayani; usaha melayani kebutuhan orang lain dengan memperoleh imbalan (uang) atau jasa. Etika pelayanan yang dimaksud oleh peneliti adalah suatu sikap moral baik yang disampaikan oleh pelaku bisnis kepada pelanggan berdasarkan syariat-syariat Islam.
3. Perspektif Islam, perspektif berarti sudut pandang; pandangan. Islam artinya selamat, agama yang diajarkan oleh Nabi Muhammad Saw yang berpedoman pada kitab suci Alqur'an (2016).
4. Kepuasan pelanggan, kepuasan merupakan perihal (yang bersifat) puas; kesenangan; kelegaan dan sebagainya. Pelanggan adalah orang yang membeli (menggunakan dan sebagainya) barang secara tetap (2016). Artian kepuasan pelanggan yang dimaksud peneliti adalah sebuah penilaian perasaan atas kesenangan kepada orang yang telah melakukan pembelian berulang terhadap pelayanan yang diberikan oleh penjual atau karyawan kepadanya. Pelanggan yang dimaksud oleh peneliti adalah orang yang melakukan pembelian berulang sebanyak lebih dari 3 kali di toko Rumah Pangan Adi N-Talu, yang mana akan menjadi subjek penelitian peneliti.
5. Rumah Pangan Adi N-Talu, adalah nama salah satu toko di Banjarmasin yang menjual berbagai macam kebutuhan pokok berupa pangan seperti sembako dan lainnya. Toko ini juga yang akan dijadikan oleh peneliti sebagai objek penelitian.

F. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini mengacu pada penelitian sebelumnya untuk mempermudah pengumpulan data. Peneliti menemukan beberapa penelitian yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan. Maka peneliti mencantumkan hasil penelitian terdahulu untuk mendapatkan gambaran dalam menyusun kerangka pemikiran, diantaranya adalah:

1. Yanti (2017) dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen *Alfamart* Kapuas”. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh banyaknya *Alfamart* sehingga Yanti tertarik untuk mengetahui tentang pelayanan terhadap kepuasan konsumen *Alfamart* Kapuas. Hasil penelitian ini adalah variabel pelayanan yang terdiri dari *tangible*, *reliability*, *responsiviness*, *assurance*, dan *emphaty* berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen *Alfamart* Kapuas. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen. Sedangkan perbedaannya penelitian yang dilakukan oleh Yanti dilakukan di *Alfamart* Kapuas dan penelitian yang dilakukan peneliti tentang Pengaruh etika pelayanan dalam perspektif Islam terhadap kepuasan pelanggan Rumah Pangan Adi N-Talu..
2. Siska Hadija (2020) melakukan penelitian dengan judul “Implementasi Etika Bisnis Islam pada Bisnis Bingka Bunda Kota Banjarmasin” Penelitian ini dilatarbelakangi oleh banyaknya persaingan pebisnis yang handal dengan berbagai cara untuk menarik perhatian konsumen, salah satunya dengan cara melayani konsumen dengan baik dan sopan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bisnis bingka bunda sudah mengimplementasikan etika bisnis Islam.

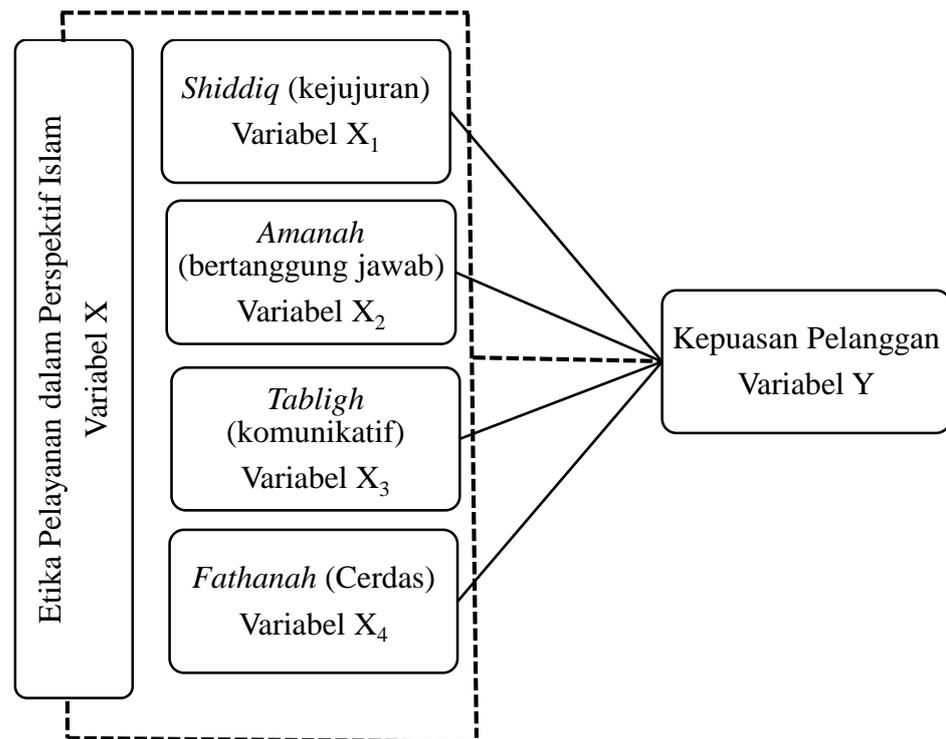
Sedangkan perbedaannya adalah penelitian yang dilakukan oleh Siska Hadija membahas tentang implementasi etika bisnis Islam pada bisnis bingkis bunda, dan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah pengaruh etika pelayanan dalam perspektif Islam terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Pangan Adi N-Talu.

3. Nur Musfirah (2018) dalam skripsi dengan judul “Pengaruh Etika Pelayanan Islam Terhadap Kepuasan Pelanggan dengan Penguatan Tarif Transportasi Jasa Grab di Kota Makassar”. Penelitian ini dilatarbelakangi karena dengan adanya konsep pengoperasian yang telah ditetapkan, Grab memiliki pelayanan serta fasilitas yang paling mendukung dalam menyediakan sarana transportasi yang penting untuk diperhatikan agar dapat memenuhi harapan konsumen. Nur Musfirah tertarik untuk melakukan penelitian tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel etika pelayanan jujur, sopan, dan tanggung jawab berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Persamaan penelitian yang dilakukan peneliti adalah sama-sama membahas mengenai pengaruh etika pelayanan dalam perspektif Islam terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan perbedaannya adalah, penelitian yang dikaji oleh peneliti adalah Pengaruh etika pelayanan Islam terhadap kepuasan pelanggan Rumah Pangan Adi N-Talu..
4. Ahmad Khusaini (2016) dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Spa Club Arena Yogyakarta”. Penelitian tersebut dilatarbelakangi oleh perusahaan yang bergerak di bidang jasa kebugaran Spa Club Arena Yogyakarta yang

berkembang pesat pertumbuhannya sehingga memiliki 12 cabang di berbagai hotel Yogyakarta. Hasil penelitian menunjukkan dari 65 responden diketahui analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di SPA Club Arena Yogyakarta sebagian besar mempunyai sikap Puas sebesar 43,07 %, sikap tidak puas sebesar 26,15 %, Sangat Tidak Puas 20,0 % dan Sangat Puas 10,77 %. Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Khusaini dengan peneliti adalah sama-sama meneliti tentang kepuasan konsumen. Perbedaannya adalah Ahmad Khusaini meneliti tentang analisis kualitas pelayanan, sedangkan peneliti akan meneliti tentang pengaruh etika pelayanan dalam perspektif Islam terhadap kepuasan pelanggan Rumah Pangan Adi N-Talu.

G. Kerangka Pemikiran

Penelitian ini terdiri dari empat variabel independen dan satu variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini antara lain adalah *shiddiq* (kejujuran), *amanah* (bertanggung jawab), *tabligh* (komunikatif), *fathanah* (cerdas), sedangkan variabel dependennya adalah kepuasan pelanggan. berikut gambaran kerangka pemikiran dalam penelitian ini.



Gambar I Kerangka Pemikiran

Sumber: Data diolah, 2021.

Keterangan ————— : Berpengaruh
 Secara Parsial
 - - - - - :
 Berpengaruh Secara Simultan

H. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan dugaan sementara yang kemungkinan benar atau kemungkinan juga salah. Hipotesis tersebut akan ditolak jika ternyata salah, dan akan diterima jika ternyata fakta-fakta dibenarkan. Oleh karena itu peneliti akan mengajukan hipotesis berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian. Maka

hipotesis yang diduga adanya pengaruh etika pelayanan dalam perspektif Islam terhadap kepuasan pelanggan Rumah Pangan Adi N-Talu sebagai berikut:

1. H_1 *shiddiq* (kejujuran)
 - a. H_0 : tidak ada pengaruh signifikan *shiddiq* (kejujuran) terhadap kepuasan pelanggan.
 - b. H_a : terdapat pengaruh signifikan *shiddiq* (kejujuran) terhadap kepuasan pelanggan.
2. H_2 *amanah* (bertanggung jawab)
 - a. H_0 : tidak ada pengaruh signifikan *amanah* (bertanggung jawab) terhadap kepuasan pelanggan.
 - b. H_a : terdapat pengaruh signifikan *amanah* (bertanggung jawab) terhadap kepuasan pelanggan.
3. H_3 *tabligh* (komunikatif)
 - a. H_0 : tidak ada pengaruh signifikan *tabligh* (komunikatif) terhadap kepuasan pelanggan.
 - b. H_a : terdapat pengaruh signifikan *tabligh* (komunikatif) terhadap kepuasan pelanggan.
4. H_4 *fathanah* (cerdas)
 - a. H_0 : tidak ada pengaruh signifikan *fathanah* (cerdas) terhadap kepuasan pelanggan.
 - b. H_a : terdapat pengaruh signifikan *fathanah* (cerdas) terhadap kepuasan pelanggan.
5. H_5 etika pelayanan dalam perspektif islam secara simultan

- a. H_0 : tidak ada pengaruh signifikan etika pelayanan islam terhadap kepuasan pelanggan.
- b. H_a : terdapat pengaruh signifikan etika pelayanan islam terhadap kepuasan pelanggan.

I. Sistematika Pembahasan

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka disusunlah sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi dan hal yang dibahas dalam tiap bab. Skripsi ini terbagi dalam lima bab yang tersusun secara sistematis, bab I pendahuluan, bab II landasan teori, bab III metode penelitian, bab IV laporan hasil penelitian, dan terakhir bab V simpulan/penutup.

Tiap-tiap bab memuat pembahasan yang berbeda-beda, tetapi merupakan satu kesatuan yang saling berhubungan, uraian dari kelima bab tersebut dijelaskan sebagai berikut:

Bab I pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, definisi operasional/batasan istilah, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II berisikan landasan teori yang berhubungan dengan penggambaran judul meliputi tinjauan umum tentang pengertian etika bisnis, etika pelayanan dalam perspektif Islam, kepuasan pelanggan, dan metode pengukuran kepuasan pelanggan.

Bab III merupakan metode penelitian, di mana peneliti menguraikan tentang jenis, sifat dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, subjek dan objek penelitian, populasi dan sampel, instrumen penelitian, dan teknik analisis data.

Bab IV berupa laporan hasil penelitian yang meliputi karakteristik responden, analisis deskripsi variabel, deskripsi data yang diolah, serta sajian data, dan kemudian data yang diperoleh dianalisis dalam analisis data.

Bab V merupakan penutup yang berisi simpulan dan saran. Simpulan merupakan hasil telaah terhadap pembahasan yang disampaikan dengan kalimat yang ringkas sekaligus menjawab rumusan masalah. Adapun saran merupakan gagasan peneliti dan kontribusi pemikiran yang diberikan agar hasil penelitian ini berdampak positif bagi semua pihak.