

BAB I

PENDAHULUAN

Ajaran islam telah menghalalkan umatnya untuk melakukan aktivitas jual beli atau berniaga. Bahkan, rasulullah saw adalah seorang saudagar yang sangat terpuja pada zamannya. Sejak muda beliau dikenal sebagai seorang pedagang yang sangat jujur. Sepanjang perjalanan sejarah, kaum muslimin merupakan simbol sebuah amanah dan di bidang perdagangan mereka berjalan di atas adab islamiyah. Rasulullah SAW telah mengajarkan umatnya untuk berdagang dengan menjunjung tinggi etika keislaman.

Islam sangat menganjurkan pemeluknya untuk berusaha termasuk melakukan kegiatan-kegiatan bisnis. Dalam kegiatan bisnis, seseorang dapat merencanakan sesuatu dengan sebaik-baiknya agar dapat menghasilkan sesuatu yang diharapkan. Namun tidak ada seorang pun yang dapat memastikan hasilnya seratus persen walaupun direncanakan dengan sebaik-baiknya, namun tetap mempunyai resiko untuk gagal. Konsep tolong menolong dalam menghadapi ketidakpastian merupakan salah satu prinsip yang sangat mendasar dari ekonomi Islam yang dianggap mendapat dukungan aspek keadilan.¹

Dalam era globalisasi ini persaingan bisnis menjadi sangat tajam, baik di pasar domestik (nasional) maupun di pasar internasional/global. Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada

¹ *Ibid*, hal. 14

para pelanggannya misalnya dengan memberikan produk yang mutunya lebih baik, harganya lebih murah, penyerahan produk yang lebih cepat dan pelayanan yang lebih baik dari pada pesaingnya.²

Kualitas merupakan keseluruhan ciri atau sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat.³

Pelayanan yang baik dan berkualitas akan mampu memenuhi harapan pelanggan. Pelanggan yang terpenuhi harapannya bahkan terlampaui dipastikan pelanggan tersebut akan puas.⁴ Pelanggan memang harus dipuaskan, sebab kalau mereka tidak puas akan meninggalkan perusahaan dan menjadi pelanggan pesaing, hal ini akan menyebabkan penurunan penjualan dan pada gilirannya akan menurunkan laba dan bahkan kerugian.⁵

Kepuasan merupakan fungsi dari kesan kinerja dan harapan. Jika kinerja berada dibawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas dan senang.

Islam melalui Al-Qur'an surat Ali-Imran ayat 159 telah memberikan pedoman kepada mukmin (pelaku usaha) agar berlemah lembut (memuaskan) kepada obyek dakwah (customer/pelanggan).

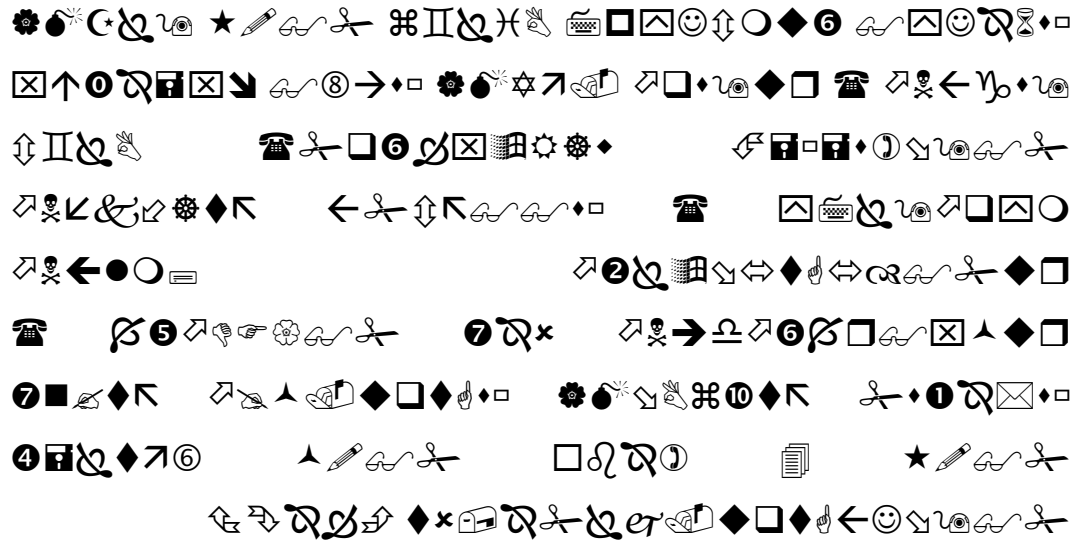
Firman Allah SWT. pada surah Ali-Imran ayat 159 yang berbunyi:

² J. Supranto, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2006), hal. 1

³ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Bahasa Indonesia Jilid 1 (ahli bahasa Hendra Teguh dan Ronny Antonius Rusli), (Jakarta: Prenhallindo, 1997), hal. 49

⁴ Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: UPP-AMP YKPN, 2004), hal. 159

⁵ J. Supranto, *op. cit.*, hal. 2



Artinya: Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu (Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu[246]. kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.⁶

Dalam menjalankan aktivitasnya yang bergerak dalam bidang jasa maupun barang mempunyai tujuan yang sama yaitu memperoleh keuntungan. Selain itu juga ingin memberikan kepuasan kepada pelanggan atas produk yang dihasilkannya, karena kepuasan pelanggan menjadi tolak ukur dari keberhasilan dalam menghasilkan produk yang berkualitas, dan yang diinginkan oleh pelanggan.

⁶ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Semarang: PT. Karya Toha Putra Senarang, 1995) hal. 103

Kenyataannya, bahwa kepuasan pelanggan bersifat berbeda, karena apa yang dirasakan "puas" pada satu situasi, belum tentu menjamin kepuasan pada situasi yang lain. Demikian juga, puas bagi satu pelanggan dalam menanggapi kelebihan/keistimewaan dari suatu produk pada situasi yang sama, belum tentu dirasakan sama dalam memperoleh kepuasan bagi pelanggan yang lain. Sehingga dapat dinyatakan bahwa kepuasan pelanggan bermacam-macam.

Produk yang dihasilkan harus bermutu baik dan aman untuk dikonsumsi oleh pelanggan, harga yang bersaing dengan produk pesaing yang sejenis dan pelayanan yang maksimal bagi setiap pelanggan.

Usaha Bapak Salim ini merupakan usaha telur keliling. Diantaranya telur ayam, telur itik dan telur asin dimana mempunyai tujuan yang hendak dicapai yaitu menciptakan kepuasan pelanggan. Usaha Bapak Salim ini selalu ingin memuaskan pelanggannya dengan meningkatkan kualitas pelayanan dengan cara memberikan kemudahan bagi pelanggan-pelanggannya serta menawarkan harga yang lebih murah dan lain-lain. Khusus mengenai pemasaran telur, saat ini di wilayah kota Banjarmasin banyak orang-orang yang memanfaatkan telur seperti warung makan, kios-kios dan bahkan para ibu rumah tangga.

Pada mulanya tahun 2009 usaha telur keliling bapak Salim tersebut berawal dengan menggunakan sepeda motor sendiri. Usaha bapak Salim ini sudah berjalan sekitar 3 tahun, akan tetapi sejak 2 tahun yang lalu pengambilan telur ini langsung dari pasar yang merupakan agen telur, keuntungan yang didapat tidak sesuai dengan

yang di harapkan. Sejak dari 1 tahun terakhir pengambilan telurnya langsung ke peternakan, hal ini jelas lebih murah dan keuntungannya pun terbilang menjanjikan.

Pemasaran telur ini menyesuaikan dengan harga pasar

Usaha telur keliling ini harus selalu memikirkan apa yang dibutuhkan oleh konsumen atau pelanggannya, apa yang diinginkan dan pelayanan yang bagaimana disenangi oleh pelanggan sehingga pelanggan tidak hanya puas, akan tetapi menjadi loyal dan kembali berbelanja pada usaha telur keliling bapak salim.

Berkaitan dengan filosofi konsep pemasaran yang berorientasi pada konsumen atau pelanggan, dalam usahanya memenuhi kebutuhan dan memberikan kepuasan pelanggan haruslah benar-benar mengetahui siapa dan bagaimana pelanggan yang dihadapi, meliputi karakteristik dan kebutuhan pelanggan.

Kebutuhan dan keinginan pelanggan merupakan fenomena dari perilaku pelanggan yang dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu faktor ekstern dan intern. Faktor ekstern meliputi: kebudayaan, kelas social, kelompok referensi dan keluarga. Sedangkan faktor intern meliputi: motivasi, pengamatan, kepribadian, konsep dan sikap.⁷

Kegiatan pemasaran yang dilakukan ada di 26 pelanggan di daerah kabupaten Banjar diantaranya Gambut, Ulin dan Sungai Tabuk. Kebutuhan akan telur dalam masyarakat perkotaan, pedesaan dan dalam kebutuhan rumah tangga.

⁷ Basus Swasta, T. Hani Handoko, *Analisa dan Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Liberty, 1984), hal. 5

Dari segi pemasaran yang mengarah di desa-desa dan perkotaan cukup baik dan lancar.

Yang membuat penulis tertarik terhadap usaha telur keliling tersebut adalah dari penelitian awal yang penulis lakukan, banyak pelanggan yang membeli dalam jumlah banyak. Bahkan ada di antara mereka yang memberikan janji pada tempo waktu tertentu untuk datang kembali. Karena banyak yang suka itulah bapak Salim seringkali melakukan pengambilan ke peternakan dua kali dalam satu hari.

Memperhatikan perkembangan dan kegiatan bisnis usaha telur keliling tersebut, yang menjadi permasalahan adalah diantara para pelanggannya tersebut apakah merasa puas atau belum puas atas pemasaran yang dilakukan bapak Salim, sehingga perlu digali sejauh mana kepuasan pelanggan dan pemasarannya tersebut.

Dari penelitian lapangan yang penulis lakukan, hasilnya kemudian penulis tuangkan dalam sebuah karya tulis ilmiah dalam bentuk skripsi yang mengangkat judul: ***“KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP PEMASARAN TELUR KELILING (Studi Kasus Pada Usaha Bapak Salim Di Kecamatan Gambut Kabupaten Banjar)”***

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka dapat dirumuskan masalahnya sebagai berikut:

1. Bagaimana pemasaran telur keliling usaha bapak Salim di Kecamatan Gambut Kabupaten Banjar?
2. Bagaimana kepuasan pelanggan terhadap pemasaran telur keliling usaha bapak Salim di Kecamatan Gambut Kabupaten Banjar?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah

- 1) Untuk mengetahui pemasaran telur keliling usaha bapak Salim di Kecamatan Gambut Kabupaten Banjar
- 2) Untuk mengetahui kepuasan pelanggan terhadap pemasaran telur keliling usaha bapak Salim di kecamatan Gambut kabupaten Banjar.

D. Definisi Operasional

Untuk menghindari kekeliruan dan kesalahpahaman dalam pengertian judul serta permasalahan yang akan penulis teliti, maka penulis merasa perlu untuk memberikan batasan istilah sebagai pegangan dan lebih terarah dalam kajian lebih lanjutnya sebagai berikut:

1. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya.⁸
2. Pelanggan adalah setiap orang atau organisasi yang sangat berpotensi untuk mengkonsumsi barang dan jasa dan melakukan pengkonsumsian atau pembelian tersebut secara berulang kali karena memenuhi kebutuhan dan keinginannya.⁹ Pelanggan merupakan sampel yang diambil dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
3. Kepuasan Pelanggan adalah hasil yang dirasakan oleh pembeli yang mengalami kinerja sebuah perusahaan yang sesuai dengan harapannya.
4. Pemasaran adalah salah satu bentuk kegiatan dalam usaha atau bisnis yang berhubungan dengan cara-cara penawaran dan penjualan barang atau jasa.¹⁰

E. Kajian Pustaka

Penelitian tentang kepuasan sebenarnya telah pernah dilakukan oleh Mariana Ulfah NIM 0301155804 dengan judul “Kepuasan Nasabah terhadap Produk *Shar-e* pada Bank Muamalat Cabang Banjarmasin”. Dalam skripsi tersebut menggunakan metode kualitatif yang bersifat studi kasus yang mana analisis datanya berbentuk matrik. Penelitian tersebut menjelaskan tentang gambaran kepuasan nasabah

⁸ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran, op. cit.*, hal. 3

⁹ Suharto Abdul Majid, *Customer Service Dalam Bisnis Jasa Transportasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), hal. 15

¹⁰ A. B. Susanto, *Manajemen Pemasaran Indonesia*, (Jakarta: Salemba Empat, 1991), hal. 136

terhadap tabungan *shar-e* dan faktor-faktor yang melatarbelakangi kepuasan dan ketidakpuasan nasabah pada produk tabungan *shar-e* yaitu faktor harga, mutu produk, kecepatan pelayanan serta ada tidaknya kendala dalam melakukan transaksi. Penelitian ini terdapat variasi pendapat yang menunjukkan bagaimana tingkat kepuasan nasabah terhadap penggunaan produk *shar-e* dilihat dari jumlah kasus yang terdiri dari enam kasus. Hasil penelitian tersebut menunjukkan ada tiga kategori dalam penilaian tingkat kepuasan yaitu dua kasus (IV dan VI) yang menyatakan puas, tiga kasus (I, III dan V) yang menyatakan cukup puas, dan satu kasus (II) yang menyatakan tidak puas.

Dilihat dari kasus-kasus dalam penelitian tersebut, kategori yang menyatakan cukup puas mendapatkan proporsi paling banyak, kemudian disusul yang menyatakan puas dan hanya satu kasus yang menyatakan tidak puas. Dalam penelitian ini menyatakan bahwa produk *shar-e* masih terdapat kekurangan baik itu dari faktor harga, mutu produk, kecepatan pelayanan ataupun ada tidaknya kendala dalam melakukan transaksi.

Sedangkan permasalahan yang penulis angkat dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan terhadap pemasaran telur keliling (studi kasus pada usaha Bapak Salim Kecamatan Gambut Kabupaten Banjar). Dengan mengambil sifat penelitian berupa kualitatif.

Dari judul penelitian diatas, penelitian yang penulis angkat baik dari isi, konsep maupun fokus permasalahan berbeda dengan penelitian ini. Sehingga tidak ada kesamaan ataupun kemiripan permasalahan yang penulis angkat.

F. Sistematika Penelitian

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

- Bab I Pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, definisi operasional, sistematika penelitian, dan kajian pustaka.

- Bab II Landasan teoritis, yaitu meliputi pengertian kepuasan pelanggan, perilaku dalam upaya menciptakan kepuasan konsumen (pelanggan), tinjauan umum tentang pemasaran, konsep pemasaran dan kepuasan dalam ekonomi islam, konsep nabi muhammad saw. dalam melakukan pemasaran.

- Bab III Metode Penelitian, yang terdiri dari jenis, sifat dan lokasi penelitian, subjek dan objek penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan dan analisis data serta tahapan penelitian.

- Bab IV Laporan Hasil Penelitian, yang terdiri dari sejarah singkat usaha telur keliling bapak Salim, gambaran umum responden. Setelah itu

menjelaskan kepuasan pelanggan terhadap pemasaran telur keliling usaha bapak Salim di Kecamatan Gambut Kabupaten Banjar.

Bab V Penutup , yang terdiri dari simpulan dan saran-saran.