

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam kehidupan, manusia tidak akan mampu untuk menunaikan kewajiban *ruhiyah* (spiritual) dan *maliyah* (material) tanpa terpenuhinya kebutuhan primer seperti makanan, tempat tinggal dan keamanan.¹ Untuk itulah, Islam melalui nash-nash Al-Qur'an dan sunnah menganjurkan bagi manusia untuk berusaha memenuhi keperluan hidupnya, salah satunya dengan berwirausaha atau berdagang yang kemudian disebut mencari anugrah Allah.² Dalam islam segala aspek memiliki aturan dan pedoman, baik mengenai ibadah dan muamalah. Sebagai muslim yang taqwa sudah sepatuhnya menjalankan syariat yang sudah diajarkan oleh Nabi kita Muhammad Saw. Dalam bermuamalah seperti mendirikan usaha sudah tentu harus sesuai syariat dan halal. Firman Allah Swt. dalam Q.S *at-Tawbah* /9:105 .

وَقُلْ أَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عِلْمِ الْغَيْبِ
وَالشَّهَادَةِ فَيُنبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ ﴿١٠٥﴾

“Dan Katakanlah: "Bekerjalah kamu, maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan

¹Said Sa'ad Marthon, *Ekonomi Islam* di Tengah Kritis Ekonomi Global, terj. Ahmad Akhron dan Dimyauddin, (Jakarta:PT Zikrul Hakim,2007) hlm.71.

²Muhammad Yusuf Qardhawi, *Halal dan Haram dalam Islam*, ahli bahasa Muhammad Humaidy, (Surabaya: Bina Ilmu, 2003) hlm.184.

kepada (Allah) Yang Mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan”.³

Dalam bisnis yang berbasis Islami, keuntungan (*profit oriented*) bukan menjadi tujuan semata tetapi nilai-nilai moral dan masalah juga harus diperhatikan. Islam menjadikan pekerjaan sebagai bagian dari ibadah, sehingga orang yang melakukannya tidak hanya mengejar duniawi saja aspek akhiratnya juga menjadi tujuan yang harus dicapai. Oleh karena itu, bekerja bukanlah tujuan akhir melainkan sarana yang harus dilalui, yang menjadi tujuan adalah ridha Allah Swt. dengan jalan berbuat baik dan memelihara hak Allah dan Masyarakat.

Seperti dalam firman Allah berfirman dalam Q.S. *al-Qas}as* /28:77. ˆ

وَأَتَّبِعْ فِي مَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ ۗ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا ۗ
وَأَحْسِنْ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ ۗ وَلَا تَبْغِ الْفَسَادَ فِي الْأَرْضِ ۗ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ
الْمُفْسِدِينَ ﴿٧٧﴾

“Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik, kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan”.⁴

Dalam pandangan Islam, manusia mempunyai kebebasan untuk mengambil semua tindakan yang diperlukan untuk memperoleh *kemashlahatan* yang tertinggi dari sumber daya yang ada. Setiap manusia bebas melakukan

³Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan terjemahnya* (Surabaya: Mekar Surabaya, 2004), hlm.203.

⁴*Ibid*, hlm.394.

aktivitas ekonomi apa saja, selama aktivitas ekonomi yang dilakukan bukan aktivitas yang dilarang dalam kerangka yang Islami.⁵

Seiring dengan perkembangan zaman, salah satu dampak positif dari kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi adalah bertambah dan meluasnya tata cara umat manusia melakukan usaha-usaha untuk memenuhi kebutuhan hidupnya sebagai salah satu tuntunan dari kehidupan.

Firman Allah Swt. Q.S. *al-mulk*/67:15.

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمْ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَأَمْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِنْ رِزْقِهِ ۗ وَإِلَيْهِ
النُّشُورُ

“Dialah yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, maka berjalanlah disegala penjurunya dan makanlah sebagian dari rezeki –Nya dan hanya kepada-Nyalah kamu (kembali setelah) dibangkitkan”.⁶

Memahami ayat Al-Quran di atas dapat kita pahami bahwa Allah Swt. memberikan kemudahan bagi manusia untuk mencari rezeki dalam rangka memenuhi segala keperluan hidup dan segala perbuatan akan dipertanggung jawabkan nantinya.

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

⁵M.Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-dasar Ekonomi Islam*(Solo: Era Adicita Intermedia, 2011), hlm.31.

⁶Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan terjemahnya* (Jakarta:CV Toha Putra Semarang, 1989), hlm. 956.

adalah merupakan kinerja terpenting untuk kepuasan konsumen.

Minat beli merupakan suatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu. Serta berapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu. Kebutuhan dapat berupa kebutuhan sehari-hari, kebutuhan studi, pelajaran, status ekonomi, status sosial, dan kebutuhan lainnya.

Pelayanan yang baik merupakan salah satu faktor minat beli konsumen pada sebuah perusahaan. Pelayanan adalah aktivitas atau manfaat yang ditawarkan oleh satu pihak, yang tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun.⁷ Apabila suatu perusahaan dapat memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumen, maka hal ini akan berpengaruh kepada besar kecilnya permintaan konsumen terhadap barang atau jasa yang dihasilkan. Dengan demikian salah satu faktor yang menentukan keberhasilan suatu usaha untuk tetap unggul dalam persaingan, tergantung kepada kemampuan usaha tersebut untuk menjaga pelayanan yang diberikan kepada konsumen dengan cara memberikan pelayanan-pelayanan yang bisa memuaskan konsumen atau bisa juga memberikan pelayanan yang berkualitas lebih tinggi dari pesaing secara konsisten. Untuk melayani konsumen, salah satu hal yang paling penting diperhatikan, di samping kualitas dan kuantitas sumber daya manusia adalah sarana dan prasarana yang dimiliki perusahaan. Peralatan dan fasilitas yang dimiliki seperti ruang tunggu harus dilengkapi berbagai fasilitas sehingga membuat konsumen nyaman atau betah dalam ruangan tersebut.

⁷M.Taufik Amir, *Dinamika Pemasaran*(Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2005),hlm.11.

Konsumen memiliki peluang yang luas untuk mendapatkan produk dengan sederet pilihan sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Karena itu konsentrasi pemasaran tidak lagi sekedar bagaimana produk itu sampai ke konsumen tetapi lebih fokus kepada apakah produk itu telah memenuhi permintaan konsumen. Untuk itu diperlukan strategi inovasi penjualan terus berusaha agar dapat menarik calon konsumen menjadi konsumen yang potensial. Masalah pelayanan sebenarnya bukanlah hal yang rawan karena sifatnya yang sangat sensitif. System pelayanan perlu didukung oleh kualitas pelayanan fasilitas yang memadai dan etika atau tata karma.

Suatu usaha agar dapat semakin tumbuh dan berkembang harus mampu menciptakan dan memelihara hubungan baik dengan lingkungan luarnya, khususnya hubungan baik dengan konsumen. Hubungan baik tersebut dapat tercipta apabila usaha tersebut mampu memberi kepuasan kepada konsumen melalui produk yang dihasilkan, sehingga pelanggan akan tetap setia untuk membeli produk yang ditawarkan.⁸

Hal yang perlu diperhatikan dalam memberikan pelayanan adalah mendengar suara konsumen, hal ini berarti perusahaan harus melakukan interaksi dengan konsumen dengan maksud untuk memperoleh umpan baik (*feedback*) beberapa tanggapan konsumen tentang sarana dan prasarana yang berhubungan dengan pelayanan yang diberikan sebagai control dan keberhasilan.

Adapun cara untuk mendapatkan umpan baik di sini antaranya dapat dilakukan dengan penerapan system keluhan dan saran atau dengan survey

⁸Craven Davit W, *Pemasaran Strategis* (Jakarta: Erlangga 1996), hlm. 8.

loyalitas pembelian maka keluhan atau ketidak puasan konsumen tersebut dapat segera diambil dan ditentukan solusi yang terbaik oleh perusahaan.

Dalam berbisnis, masalah penjualan sering menjadi fokus utama para pelaku usaha. Tanpa adanya strategi penjualan yang baik, maka bisa di pastikan omset yang diterima pelaku usahapun juga ikut berkurang. Tidaklah heran bila banyak pelaku usaha yang sengaja melakukan berbagai strategi penjualan untuk meningkatkan pendapatan utama mereka setiap bulannya.

Sampai saat ini masih banyak pelaku usaha yang sering mengalami kesulitan dalam menarik minat konsumen. Sehingga sebagian bisnis mereka memiliki transaksi penjualan yang cenderung belum stabil, bahkan bisa dikatakan lebih sering minus (rugi) karena biaya operasionalnya lebih tinggi dari omset yang di dapatkan.

Memiliki konsumen yang banyak dan berkesinambungan tentu saja menjadi impian setiap yang berbisnis, baik yang telah berjalan lama apalagi yang baru berjalan.

Dalam penulisan ini penulis ingin mengambil contoh sebuah perusahaan waralaba yang sudah terkenal di Indonesia yaitu rumah makan Ayam Bakar Wong Solo, mengapa penulis tertarik menjadikan rumah makan Ayam Bakar Wong Solo sebagai objek penelitian, karena melihat dari sejarah perusahaan, rumah makan Ayam Bakar Wong Solo dapat dilihat bahwa bisnis ini melakukan ekspansi besar-besaran di provinsi Kalimantan Selatan khususnya di Kota Banjarmasin.

Ayam Bakar Wong Solo adalah rumah makan frencais pertama yang asli Indonesia. Yang di dirikan oleh Puspo Wardoyo, dengan nuansa Islam sebagai ciri

khas utama, dengan prinsip “Hallalan Thayyiban” yang artinya halal dan juga baik, rumah makan Ayam Bakar Wong Solo mengedepankan kehalalan, pelayanan serta kualitas bahan yang baik. Diawali dari warung kaki lima biasa dan terus berkembang menjadi frencais pada tahun 1991. Kini rumah makan Ayam Bakar Wong Solo sudah tersebar di banyak provinsi di Indonesia seperti yang dapat dilihat sekarang.⁹

Rumah makan Ayam Bakar Wong Solo sangat jarang sekali sepi pelanggan, Rumah makan yang satu ini selalu terlihat padat terutama pada jam makan siang dan malam, dari pengamatan penulis rumah makan Ayam Bakar Wong Solo inilah yang paling ramai dibandingkan dengan rumah makan lainnya, bahkan setelah Rumah makan Ayam Bakar Wong Solo menambah jumlah gerainya di berbagai daerah di Banjarmasin tetap saja rumah makan ini tidak kekurangan pengunjung. Karyawan yang bekerja sebagai karyawan maupun koki, mereka terlihat profesional dan cekatan dalam melayani konsumen. Walaupun ramai para pelayan cekatan melayani semua konsumen dengan baik, berpakaian rapi seragam nuansa islami, dan para koki sangat cekatan memasak memenuhi puluhan pesanan makanan. Sehingga para pelanggan tidak menunggu terlalu lama untuk pesananan yang dipesannya.

Berdasarkan alasan di atas, maka peneliti tertarik untuk membahas tentang **“Pelayanan dalam Menarik Minat Konsumen (Studi Kasus Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Cabang Banjarmasin)”**.

⁹Rian aristo kratevo lutiono, *Ayam bakar wong solo*, 2010, <http://www.Blogspot.com.html> (05november 2015).

B. Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka yang akan menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pelayanan yang ada di rumah makan Ayam Bakar Wong Solo Cabang Banjarmasin ?
2. Apa keunggulan yang dimiliki rumah makan Ayam Bakar Wong Solo Cabang Banjarmasin dalam menarik minat konsumen?

C. Tujuan penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah, maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana pelayanan yang ada di rumah makan Ayam Bakar Wong Solo Cabang Banjarmasin.
2. Untuk mengetahui apa keunggulan yang dimiliki rumah makan Ayam Bakar Wong Solo Cabang Banjarmasin dalam menarik minat konsumen.

D. Signifikasi penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai:

1. Bahan informasi bagi mereka yang akan mengadakan penelitian mendalam berkenaan dengan permasalahan ini dari sudut pandang yang berbeda.
2. Bahan kajian ilmiah dan terapan dalam bidang ekonomi islam dan referensi bagi mereka yang ingin mengadakan penelitian lanjutan tentang masalah ini dari sudut yang berbeda.

3. Sebagai kontribusi pengetahuan dalam memperkaya khazanah perpustakaan IAIN Antasari pada umumnya dan khususnya fakultas syariah dan ekonomi islam serta pihak-pihak lain yang berkepentingan dengan hasil penelitian ini.
4. Untuk menambah wawasan pengetahuan penulis pada khususnya dan para pembaca pada umumnya.

E. Definisi operasional

Untuk menghindari kekeliruan dan kesalah pahaman, penulis berusaha membuat definisi operasional sebagai berikut:

1. Pelayanan berasal dari kata layan yang berarti adalah membantu mengurus atau menyiapkan segala keperluan yang di butuhkan seseorang, meladani. Sedangkan pelayanan adalah cara melayani.¹⁰ Dalam penelitian ini pelayanan yang ada di rumah makan Ayam Bakar Wong Solo Cabang Banjarmasin.
2. Minat adalah perhatian, kesukaan, keinginan atau kecendrungan hati terhadap sesuatu.¹¹ Maksud penulis di sini adalah hal-hal yang membuat tertarik atau ketertarikan konsumen untuk datang ke rumah makan Ayam Bakar Wong Solo Cabang Banjarmasin.

¹⁰EM Zul Fajri dan Ratu Aprilia Senja, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia: Edisi Revisi*(Semarang:Difa Publisher, 2008), cet.Ke-3, hlm.520.

¹¹W.J.S.Poerwadarminta, *Kamus Besar Bahasa Indonesia, Diolah kembali oleh Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional*(Jakarta:Balai Pustaka,2002),hlm.968.

3. Konsumen adalah pengguna ,pemakai, penikmat, pemakan (bahan/hasil olahan makanan,dsb).¹²Yang dimaksud dalam penelitian ini adalah orang yang datang ke rumah makan Ayam Bakar Wong Solo Cabang Banjarmasin.
4. Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo adalah salah satu rumah makan yang mempunyai ciri khas pada menu makanannya dan menu utamanya adalah Ayam Bakar. Pada penelitian ini penulis mengambil yang bertempat di Jalan Gatot Subroto Banjarmasin no 68.

F. Tinjauan Pustaka

Berdasarkan penelitian terdahulu yang penulis kaji berkaitan dengan masalah pelayanan dalam menarik minat konsumen, penulis menemukantulisan yang berhubungan dengan penulis teliti yaitu:

Pertama, Penelitian yang dilakukan oleh Siti Rahma Zahratun Nisa NIM: 1001150167 dengan judul“*Pengaruh Pelayanan Terhadap Minat Pengunjung Montana Hotel Syariah Di Banjarbaru*”. Dalam penelitian ini dipaparkan adalah masalahbagaimana pengaruh pelayanan, daya tanggap,jaminan, perhatian, dan bukti nyata terhadap minat pengunjung Montana Hotel Syariah di Banjarbaru.

Jika dilihat dari penelitian terdahulu masalah yang penulis teliti terdapat beberapa perbedaan, tujuan penelitian, kemudian teori yang digunakan dan aspek yang ingin diketahui. Namun penelitian terdahulu tetap menjadi panduan guna mendapatkan referensi penulisan yang benar.

¹²*Ibid*, hlm.613.

Kedua, Penelitian yang dilakukan oleh Siti arianti NIM: 1101150131 dengan judul penelitian “*Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Usaha Bebek Goreng Kalijo Di Kota Banjarmasin*”. Penelitian ini membahas apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi usaha bebek goreng Kalijo di Kota Banjarmasin, kendala yang dihadapi dalam usaha bebek goreng Kalijo dan untuk mengetahui pandangan Ekonomi Islam terhadap usaha bebek goreng Kalijo Di Banjarmasin. Dalam penelitiannya disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi usaha bebek goreng Kalijo adalah faktor modal, harga, produk (rasa), lokasi, tempat, dan pelayanan. kendala yang dihadapi dalam usaha bebek goreng Kalijo adalah pengeriman bahan baku, jumlah karyawan dan terbatasnya menu makan yang disediakan oleh rumah makan bebek goreng Kalijo. Pandangan Ekonomi Islam terhadap usaha bebek goreng Kalijo adalah adanya pembersihan harta pada usaha bebek goreng Kalijo.

Ketiga, Penelitian yang dilakukan oleh Jodi pamungkas dengan judul penelitian “*Analisis Manajemen Sumber Daya Manusia Bisnis Waralaba Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Cabang Banjarmasin Dalam Menjaga Reputasi Perusahaan*”. Penelitian ini membahas bagaimana manajemen sumber daya manusia rumah makan Ayam Bakar Wong Solo sebagai waralaba yang menerapkan system Islami dan apakah berkaitan dengan reputasi baik mereka di mata konsumen. Dalam penelitiannya disimpulkan bahwa pihak rumah makan Ayam Bakar Wong Solo baik dalam pengaturannya secara umum ataupun pengaturan manajemen sumber daya manusia secara khusus, mereka menekankan aspek Islami yang sudah menjadi identitas mereka sejak awal

berdirinya rumah makan Ayam Bakar Wong Solo. Akhlak yang baik sebagaimana pondasi utama bagi karyawan di dalam dipercayai dapat membuat rumah makan Ayam Bakar Wong Solo menjadi berkualitas.

Keempat, Penelitian yang dilakukan oleh Pornamayadi NIM: 0601157354 dengan judul penelitian "*Manajemen Pelayanan Terhadap Konsumen Pada Apotek Azzmi*". Penelitian ini membahas bagaimanan gambaran manajemen pelayanan yang di lakukan oleh pemilik sarana apotek ini, kendala apa saja yang dihadapi dalam melakukan pelayanan terhadap konsumen dan kemudian untuk mengetahui apakah pada apotek Azzmi sudah sesuai menerapkan manajemen serta pelayanan yang sesuai dalam ekonomi Islam. Dalam penelitiannya disimpulkan bahwa manajemen serta pelayanan terhadap konsumen yang diterapkan oleh apotek Azzmi sesuai dengan perundang-undangan apotek juga manajemen pelayanan dalam segi ekonomi Islam. Pelayanan yang sangat menonjolkan keramahan, kualitas serta informasi obat yang terpercaya serta keterbukaan informasi yang sangat bermanfaat bagi konsumen

G. Sistematika Penulisan

Penyusunan skripsi ini terdiri dari V bab dengan sistematika sebagai berikut;

Bab I adalah pendahuluan, yang akan menguraikan mengenai latar belakang masalah dan menguraikan alasan untuk judul dan gambaran permasalahan yang akan diteliti. Permasalahan yang telah digambarkan dirumuskan dalam rumusan masalah dan dinyatakan dengan kalimat tanya.

Setelah itu disusun tujuan penelitian yang berkenaan dengan tujuan peneliti dalam melakukan penelitian. Tujuan penelitian berkaitan erat dengan rumusan masalah. Signifikansi penelitian merupakan kegunaan hasil penelitian atau dampak dari tercapainya tujuan. Definisi Operasional untuk membatasi istilah-istilah dalam judul penelitian yang bermakna umum atau luas sehingga tidak terjadi kesalahfahaman pembaca saat memahami penelitian. Kajian Pustaka ditampilkan sebagai informasi adanya tulisan atau penelitian dari aspek lain. Adapun sistematika penulisan yaitu susunan penulisan skripsi secara keseluruhan.

Bab II merupakan landasan teoritis yang akan dijabarkan masalah-masalah yang akan berhubungan dengan objek penelitian melalui teori-teori yang mendukung serta relevan dari buku atau literature yang berkaitan dengan masalah yang diteliti dan juga sumber informasi dari penelitian sebelumnya.

Bab III merupakan metode penelitian, yang dipergunakan untuk menggali data yang terdiri dari jenis, sifat, dan lokasi penelitian, subjek dan objek penelitian, data dan sumber data, teknik pengolahan dan analisis data serta prosedur penelitian.

Bab IV merupakan laporan hasil penelitian yang terdiri dari gambaran umum tentang pelayanan dalam menarik minat konsumen dari responden, hasil wawancara, analisis data, dan pembahasan hasil penelitian.

Bab V merupakan bab penutup yang berisikan kesimpulan dan saran-saran.