# ANALISA ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP PELAYANAN PELANGGAN DI RUMAH MAKAN JOGLO MANIS PONOROGO

## SKRIPSI

Oleh:

**SOFIATUL CHASANAH**
**210212186**

**Pembimbing:**

**AGUNG EKO PURWANA, SE, MSI**
**NIP. 197109232000031002**

**JURUSAN MUAMALAH**

**FAKULTAS SYARI'AH**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI**

**(IAIN) PONOROGO**

**2017**

# ABSTRAK

**Chasanah, Sofiatul,** 2016. Analisa Etika Bisnis Islam Terhadap Pelayanan Pelanggan Di Rumah Makan Joglo Manis Ponorogo. Skripsi. Jurusan Muamalah Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo. Pembimbing Agung Eko Purwana, SE, MSI.

Kata Kunci: Pelayanan, Informasi, Dan Pelanggan

Seorang pengusaha dalam pandangan etika bisnis Islam bukan sekedar mencari keuntungan, melainkan juga keberkahan yaitu kemantapan dari usaha itu dengan memperoleh keuntungan yang wajar dan diridhoi Allah SWT. Rumah makan Joglo Manis menyediakan berbagai menu makanan yang tersaji dalam bentuk draf menu makanan, mulai dari berbagai minuman hingga bermacam-macam jenis makanan. Draft menu bergambar tersebut dibuat untuk memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam pemesanan makanan, serta memberikan kemudahan untuk memilih dan melihat sajian. Pelayanan yang tersedia meliputi pelayanan informasi yaitu pemberian kemudahan kepada pelanggan dalam pemilihan menu, pelayanan dalam melayani pembeli, serta pelayanan permintaan pembeli yang berbeda-beda. Ada pelayanan yang membuat kecewa pelanggan seperti pelayanan informasi yang diberikan tidak sesuai dengan harapan pembeli.

Oleh karena itu penulis merasa bahwa fenomena ini perlu dilakukan penelitian lebih mendalam tentang etika bisnis Islam yang mencangkup permasalahan mengenai: analisa etika bisnis Islam terhadap pelayanan pelanggan di Rumah Makan Joglo Manis Ponorogo.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian lapangan, sedangkan pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Selanjutnya analisis dengan menggunakan metode induktif. Dalam penelitian ini, landasan teori yang digunakan adalah etika bisnis Islam.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa: pelayanan pelanggan di rumah makan Joglo Manis Ponorogo dalam penyediaan informasi dalam bentuk draft menu bergambar berdasarkan prinsip kejujurannya tidak sesuai dengan etika bisnis Islam, karena salah satu kualitas pelayanan yang baik adalah perbandingan antara kenyataan dengan harapan pelanggan/konsumen. sedangkan menu yang diberikan di rumah makan Joglo Manis sebagian tidak sesuai dengan yang tertera di draft menu bergambar. Sedangkan berdasarkan prinsip keramahtamahan dalam memberikan pelayanan, di rumah makan Joglo Manis sudah sesuai dengan etika bisnis Islam karena dalam melayani konsumen selalu menerapkan 3S yaitu salam, senyum, dan sapa. Pelayanan yang diberikan kepada konsumen dari bahan menu yang disediakan berdasarkan prinsip komoditi yang dijual suci dan halal sudah sesuai dengan etika bisnis Islam.

# BAB I

# PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang Masalah

Syariat Islam mengatur semua sisi penting kehidupan. Syariat Islam menawarkan kesempurnaan hidup, melindungi, dan menjaga akidah dari bentuk-bentuk *bid'ah* dan penyimpangan, membebaskan manusia dari belenggu perbudakan dan ketakutan kepada selain Allah, serta menjadikan mereka terhubung dengan Pencipta dan Pemberi Rezeki.[1]

Dalam pandangan Islam, segala sesuatu harus dilakukan secara rapi, benar, tertib, dan teratur. Proses-prosesnya harus diikuti dengan baik. Sesuatu itu tidak boleh dilakukan secara asal-asalan. Hal ini merupakan prinsip utama dalam ajaran Islam.[2] Allah berfirman:

وَهُوَ الَّذِي جَعَلَكُمْ خَلَآئِفَ فِى الأَرْضِ وَرَفَعَ بَعْضَكُمْ فَوْقَ بَعْضٍ دَرَجَاتٍ لِيَبْلُوَكُمْ فِي مَا آتَاكُمْ إِنَّ رَبَّكَ سَرِيعُ الْعِقَابِ وَإِنَّهُ لَغَفُورٌ رَحِيمٌ

Artinya: Dan Dialah yang menjadikan kamu penguasa-penguasa di bumi dan Dia meninggikan sebahagian kamu atas sebahagian (yang lain) beberapa derajat, untuk mengujimu tentang apa yang diberikan-Nya kepadamu. Sesungguhnya Tuhanmu amat cepat siksaan-Nya, dan sesungguhnya Dia Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.[3]

Praktik ekonomi, bisnis, wirausaha dan lainnya yang bertujuan meningkatkan kemakmuran dan kesejahteraan masyarakat, diperintahkan dan dipandu baik oleh aturan-aturan ekonomi yang bersifat rasional maupun

---

[1] Didin Hafiddudin Dan Hendri Tanjung, Manajemen Syariah Dalam Praktek (Jakarta: Gema Insani Press, 2003), 1-2.

[2] Ibid,.

[3] Al-Qur'an, 6:165.

dituntun oleh nilai-nilai agama. Arah pekerjaan yang jelas, landasan yang mantap, dan cara-cara mendapatkannya yang transparan merupakan amal perbuatan yang dicintai Allah SWT. Sebenarnya manajemen dalam arti mengatur segala sesuatu agar dilakukan dengan baik, tepat, dan tuntas merupakan hal yang disyariatkan dalam ajaran Islam.[4]

وَهُوَ الَّذِي أَنْشَأَ جَنَّاتٍ مَعْرُوشَاتٍ وَغَيْرَ مَعْرُوشَاتٍ وَالنَّخْلَ وَالزَّرْعَ مُخْتَلِفًا أُكُلُهُ وَالزَّيْتُونَ وَالرُّمَّانَ مُتَشَابِهًا وَغَيْرَ مُتَشَابِهٍ كُلُوا مِنْ ثَمَرِهِ إِذَا أَثْمَرَ وَآتُوا حَقَّهُ يَوْمَ حَصَادِهِ وَلا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ[5]

Artinya: Dan Dialah yang menjadikan kebun-kebun yang berjunjung dan yang tidak berjunjung, pohon kurma, tanam-tanaman yang bermacam-macam buahnya, zaitun dan delima yang serupa (bentuk dan warnanya), dan tidak sama (rasanya). Makanlah dari buahnya (yang bermacam-macam itu) bila dia berbuah, dan tunaikanlah haknya di hari memetik hasilnya (dengan dikeluarkan zakatnya); dan janganlah kamu berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.

Ketika dunia tengah dilanda krisis sandang, pangan, dan papan, seorang pengusaha muslim yang berdhomir tidak akan mencekik konsumen dengan mengambil laba sebanyak-banyaknya. Dalam hal ini, hukum Islam berperan mengajarkan pada umatnya tentang etika dalam berbisnis seperti yang telah diteladani Rasulullah yaitu Nabi Muhammad Saw di mana sewaktu muda ia berbisnis dengan memperhatikan kejujuran, keramah-tamahan, menerapkan prinsip bisnis Islami dalam bentuk nilai-nilai shiddiq, amanah, tabligh, dan fathonah, serta nilai moral dan keadilan. Kemauan untuk mematuhi etika bisnis menurut hukum Islam itu yang sangat kurang sehingga menimbulkan masalah. Hal itu dapat dilihat dari kecenderungan berbisnis

[4] Didin, Manajemen, 4.
[5] Al-Qur'an, 6:141.

yang kurang sehat antar sesama pengusaha muslim, sebagai contoh misalnya, pengusaha yang menjelek-jelekkan rekan bisnisnya, misalnya, dalam bisnis industri pengolahan makanan dan minuman, pakaian, restoran, catering dan lain-lain sebagainya. Oleh karena itu, jika tidak diatasi, tentu akan menimbulkan persoalan di kalangan dunia usaha yang tidak sehat[6].

Pada prinsipnya, Islam menghendaki adanya perlindungan menyeluruh terhadap pengaturan hubungan ekonomi antar manusia, sebagai bagian dari perilaku yang bersinggungan dengan sisi-sisi kehidupan lainnya. Islam merupakan sumber nilai dan etika dalam segala aspek kehidupan manusia secara menyeluruh, termasuk wacana bisnis.[7] Landasan umum bidang ekonomi yang mampu menjadi mediasi antara manusia dengan agama Allah dalam setiap aspek kehidupan tercermin melalui ayat-ayat al-Qur'an dan hadits. Allah memerintahkan untuk menepati janji dalam bertransaksi yaitu:

يَاايُّهَاالَّذِيْنَ أَمَنُوْاأَوْفُوْا بِالعُقُوْدِ

Artinya: Hai orang-orang yang beriman , penuhilah akad-akad itu[8]

Belakangan ini etika menjadi objek pembahasan yang menarik di kalangan praktisi dan akademisi. Hal ini menandai adanya suatu kesadaran perlunya menempatkan etika dan moral dalam membingkai kembali ilmu ekonomi sebagai disiplin ilmu yang terhormat seperti yang terjadi pada saat-saat awal sejarah perkembangannya. Aktivitas bisnis merupakan bagian

---

[6] Yusuf Qordhawi, Norma dan Etika Ekonomi Islam (Jakarta : Gema Insani, 1997), 36.

[7] Q Abdullah Abdul Husain, Ekonomi Islam Prinsip, Dasar Dan Tujuan (Yogyakarta: Magistra Insani Press, 2004), 24-25.

[8] Al-Qur'an, 5:1.

integral dari wacana ekonomi dan sistem ekonomi Islam berangkat dari kesadaran tentang etika.[9]

Adapun dalam kaitan dengan penggunaan istilah, di Indonesia studi tentang masalah etis dalam bidang ekonomi dan bisnis sudah akrab dengan nama "etika bisnis", sejalan dengan kebiasaan umum dalam istilah bahasa Inggris yaitu "Bussiness Ethics". Namun dalam kawasan lain seringkali digunakan istiah yang lain, misalnya dalam bahasa Belanda pada umumnya dipakai nama bedrijfsethiek (etika perusahaan) dan dalam bahasa Jerman unternehmensethik (etika usaha). Selain itu, ditemukan juga nama manajemen ethics (etika manajemen). Namun demikian, pada dasarnya semua nama ini menunjuk kepada studi tentang aspek-aspek moral dari kegiatan ekonomi dan bisnis.

Aktivitas ekonomi dan bisnis selalu memiliki relasi dengan etika dan karena itu pula bisnis tidak bisa dilepaskan dari sosial budaya masyarakat di mana etika itu dipraktikkan. Sebagaimana halnya aspek-aspek lain dalam kehidupan manusia yang melibatkan etika, ekonomi dan bisnispun selalu dikaitkan dengan etika sehingga muncullah apa yang disebut etika dalam bisnis dan bisnis yang etis[10]. Allah berfirman dalam Q.S. Al-Jumu'ah:

[9] Veithzal Rivai Dan Andi Buchari, Islamic Economics Ekonomi Syariah Bukan Opsi Tetapi Solusi (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2013), 185.

[10] Muhammad, Etika Bisnis Islam (Yogyakarta: YKPN, 2004), 49-50.

فَإِذَاقُضِيَتِ الصَّلَوٰةُ فَانْتَشِرُوافِى الأَرْضِ وَابْتَغُوامِنْ فَضْلِ اللهِ وَاذْكُرُوا اللهَ كَثِيْرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُوْنَ ١٠

Artinya: Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu dimuka bumi dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak *supaya kamu beruntung"*[11]

Titik sentral etika Islam adalah menentukan kebebasan manusia untuk bertindak dan bertanggung jawab karena kepercayaannya terhadap kemahakuasaan Tuhan. Hanya saja kebebasan manusia itu tidaklah mutlak, dalam arti kebebasan yang terbatas. Jika sekiranya manusia memiliki kebebasan mutlak, maka berarti ia menyaingi kemahakuasaan Tuhan selaku Pencipta semua makhluk tanpa kecuali adalah manusia itu sendiri.

Dalam etika, pembentukan karakter mencakup nilai-nilai moral, prilaku, dan menekankan pada aktivitas-aktivitas yang dilakukan oleh seorang pengusaha dan sudut pandang yang dibolehkan oleh seorang pengusaha dari sudut pandang yang dibolehkan maupun yang dilarang. Termasuk norma-norma yang mengatur hubungan seorang pengusaha dengan tim kerjanya orang-orang yang berbisnis dengannya, dan juga para pegawainya. Dalam hal ini, ada perjanjian yang harus ditentukan oleh seorang pengusaha. Meningkatkan kecakapan penampilan, memasarkan kualitas barang dagangan, mencatat urusan-urusan, persetujuan-persetujuan dan kontrak-kontrak, serta menunaikan kewajiban dengan baik seperti pekerjaan yang dilakukan rekan-rekannya. Dalam lingkungan kerja ini, ada pula beberapa perbuatan yang harus dijauhi, seperti menghindari adanya kecurigaan dan pertengkaran.

[11] Al-Qur'an, 62:10.

Larangan ini diikuti dengan sejumlah batasan-batasan dan sanksi-sanksi untuk dijatuhkan kepada para pelaku bisnis dalam kasus pelanggaran kode etik tersebut.

Bisnis Islam merupakan serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentukya yang tidak dibatasi jumlah kepemilikan (barang/jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara memperolehnya dan pendayagunaan hartanya karena aturan halal dan haram, sebagaimana firman Allah dalam Q.S. al-Baqarah:

وَلاَ تَأْكُلُوْاأَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِاالْبٰطِلِ وَتُدْلُوْابِهَآ إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوْا فَرِيْقًامِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُوْنَ

Artinya: Dan janganlah sebagian kamu memakan harta sebagian yang lain diantara kamu dengan jalan yang batil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, padahal kamu mengetahui.[12]

Sehingga dengan ketiga prinsip landasan praktek maal bisnis diatas, dapat dijadikan tolok ukur apakah suatu bisnis masuk ke dalam wilayah yang bertentangan dengan etika bisnis atau tidak. Pahami pula pengertian dan prinsip etika bisnis. Etika bisnis Islam merupakan norma-norma etika yang berbasis al-Qur'an dan hadist yang harus dijadikan acuan oleh siapapun dalam aktifitas bisnis. Seorang pengusaha dalam pandangan etika bisnis Islam bukan sekedar mencari keuntungan, melainkan juga keberkahan yaitu kemantapan dari usaha itu dengan memperoleh keuntungan yang wajar dan diridhoi Allah SWT. Ini berarti yang harus diraih oleh seorang pedagang dalam melakukan

[12] Al-Qur'an, 2:188.

bisnis tidak sebatas keuntungan materiil (bendawi), tetapi yang penting lagi adalah keuntungan inmateriil (spiritual).

Etika bisnis Islam menjunjung tinggi semangat saling percaya, kejujuran dan keadilan. Sedangkan antara pemilik perusahaan dengan karyawan berkembang semangat kekeluargaan. Masalah kejujuran tidak hanya merupakan kunci sukses seorang pelaku bisnis menurut Islam, tetapi etika bisnis modern juga sangat menekankan pada prinsip kejujuran. Dengan sikap jujur itu, kepercayaan pembeli kepada penjual akan tercipta dengan sendirinya, karena kepercayaan adalah elemen mendasar dalam bisnis modern seperti sekarang.[13]

Selain kejujuran, prinsip keadilan juga sangat penting untuk dijadikan acuan dan pegangan dalam melakukan suatu bisnis. Keadilan adalah suatu tindakan yang tidak berat sebelah atau tidak memihak ke salah satu pihak, memberikan sesuatu kepada orang sesuai dengan hak yang harus diperolehnya. Bertindak secara adil berarti mengetahui hak dan kewajiban, mengerti mana yang benar dan yang salah, bertindak jujur dan tepat menurut peraturan dan hukum yang telah ditetapkan serta tidak bertindak sewenang-wenang. Al-Qur'an memerintahkan kepada kaum muslimin untuk menimbang dan mengukur dengan cara yang benar dan jangan sampai melakukan kecurangan dalam bentuk pengurangan takaran dan timbangan. Allah berfirman dalam Q.S al-Isra':

[13] Muhammad Djakfar, Etika Bisnis Menangkap Spirit Ajaran Langit Dan Pesan Moral Ajaran Bumi (Jakarta: Niaga Swadaya, 2012), 34-36.

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كِلْتُمْ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ذَلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا

Artinya: Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya.[14]

Perlu disadari, bagaimana pun juga dunia usaha (bisnis) mau tidak mau akan muncul masalah-masalah etis seperti penawaran barang atau jasa yang tidak sebanding, tidak menyatakan yang benar itu memang benar adanya, kecurangan dalam bentuk pengurangan takaran dan timbangan, dan tentu akan dicarikan jalan keluarnya. Terlebih lagi secara realitas, dunia usaha di tanah air ini masih memandang etika bisnis sebagai sesuatu yang asing, yang sulit ditempatkan dalam dunia berbisnis. Tuntutan bekerja merupakan sebuah keniscayaan bagi setiap muslim agar kebutuhan hidupnya bisa terpenuhi.

Pelayanan yang diberikan adalah pelayanan yang sesuai kaidah Islam yang memenuhi aspek keramahtamahan, bersahabat, jujur, amanah, suka membantu, dan mengucapkan kata maaf serta terima kasih. Pelayanan yang dilakukan juga harus pada batas-batas yang diperbolehkan syariah. Keramahan, sikap bersahabat, serta pelayanan yang cepat dan tepat merupakan sikap layanan yang harus diberikan kepada pelanggan[15]. Allah SWT mengingatkan kita melalui firman-NYA dalam al-Qur'an surat asy Syu'araa:

وَلاَ تَبْخَسُوْا النَّاسَ أَشْيَآءَهُمْ وَلاَ تَعْثَوْافِي الأَرْضِ مُفْسِدِيْنَ

Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya.[16]

---

[14] Al-Qur'an, 17:35.

[15] Riyanto Sofyan, Bisnis Syariah Mengapa Tidak (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2011), 74.

[16] Al-Qur'an, 26:183.

Rumah makan “Joglo Manis” Ponorogo adalah rumah makan yang letaknya sangat strategis karena berada tepat ditepi jalan raya dimana banyak orang lalu lalang melewatinya, sehingga tak jarang yang singgah untuk istirahat sambil menikmati kuliner dirumah makan tersebut. Tatanan yg rapi membuat konsumen menjadi pelanggan tetap di rumah makan tersebut.

Rumah makan Joglo Manis menyediakan berbagai menu makanan yang tersaji dalam bentuk draf menu makanan, mulai dari berbagai minuman hingga bermacam-macam jenis makanan. Dalam draf menu makanan tersebut juga disertai gambar menu yang dibuat oleh pihak rumah makan. Karena ketika para pelanggan datang ke rumah makan tersebut, yang pertama karyawan lakukan adalah memberikan daftar menu makanan/minuman yang tersedia. Oleh karena itu, selain untuk memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam pemesanan makanan, menu dibuat untuk memberikan kemudahan untuk memilih dan melihat sajian.

Namun, apa yang terjadi ketika kurangnya penjelasan dari pihak rumah makan terhadap informasi mengenai menu bergambar tersebut tentu akan menimbulkan berbagai persoalan terhadap hubungannya dengan pelanggan misalnya terjadi kesalahan order atau pemesanan. Terlebih jika mereka hanya akan menjelaskan ketika ada pelanggan yang bertanya[17]. Hal ini tentu tidak sedikit ada pelanggan yang merasa kecewa karena mereka merasa kurangnya diperhatikan sebagai konsumen.

[17] Observasi dilakukan di rumah makan Joglo Manis Ponorogo pada tanggal 4 September 2016.

Di rumah makan tersebut juga melayani jika ada pelanggan yang meminta penambahan atau pengurangan isi dalam menu makanan atau pun minuman yang akan dipesan. Isi yang tertera dalam draft menu tidak bersifat menu tetap. Pembolehan penambahan/pengurangan isi tidak tertera dalam bentuk tulisan sehingga tidak semua pelanggan mengetahui hal tersebut. Penambahan/pengurangan isi tersebut juga tidak mempengaruhi harga yang sudah tertera dalam daftar menu. Hal ini tentu menjadi penyebab ketidakadilan dalam melakukan pelayanan. Sedangkan semua konsumen ingin diperlakukan sama, dan karyawan tidak menjelaskan bahwa diperbolehkan untuk menambah atau mengurangi.

Dengan adanya pemahaman prinsip-prinsip dalam etika berbisnis dalam Islam, penulis berharap dapat memecahkan problema atau fenomena dalam praktek bisnis rumah makan tersebut yakni etika bisnis Islam terhadap pelayanan informasi produk, serta etika bisnis Islam terhadap pelayanan pelanggan di rumah makan Joglo Manis Ponorogo. Karena di jaman yang semakin modern ini, banyak pebisnis yang mengabaikan etika-etika dalam berbisnis. Tak jarang dari mereka yang hanya mengejar keuntungan materiil yang dinilainya lebih utama dari pada etika berbisnisnya.

Berangkat dari fenomena inilah, penulis ingin melakukan penelitian lebih mendalam mengenai “Analisa Etika Bisnis Islam Terhadap Pelayanan Pelanggan Di Rumah Makan Joglo Manis Ponorogo”.

## B. Rumusan Masalah

Bagaimana analisa etika bisnis Islam terhadap pelayanan pelanggan di Rumah Makan Joglo Manis Ponorogo?

## C. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui analisa etika bisnis Islam terhadap pelayanan pelanggan di rumah makan Joglo Manis Ponorogo.

## D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan yang bernilai ilmiah bagi pengembangan khazanah ilmu pengetahuan. Selain itu, penelitian ini juga digunakan untuk mengetahui dan memahami secara mendalam mengenai etika bisnis Islam yang nantinya akan berguna sebagai bahan untuk kajian menyusun hipotesis bagi penelitian selanjutnya.
2. Kegunaan Terapan, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan ilmu yang berharga kepada:
   a. Pemimpin serta karyawan rumah makan yang berguna untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan untuk memuaskan di rumah makan.
   b. Pelanggan rumah makan sebagai konsumen ekonomi diharapkan sebagai koreksi maupun acuan dalam melakukan transaksi yang memberikan kepercayaan terhadap pihak rumah makan sehingga dapat memberikan pelayanan yang lebih berkualitas.

## E. Kajian Pustaka

Sejauh telaah yang penulis temukan, ada beberapa karya ilmiah yang masih ada hubungannya dengan tema yang akan penulis ajukan antara lain: pertama, Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Kayu Di UD. Jati Makmur Desa Rejosari Kecamatan Kebonsari Kabupaten Madiun oleh Wawan Kunaifi, 2014 yang membahas: penetapan harga jual barang mebelnya dengan cara melihat bahan dasar mebel yang digunakan apabila menggunakan kayu jati murni dengan kualitas baik maka pihak UD. Jati Makmur menjualnya dengan harga mahal dan sebaliknya jika bahan baku yang digunakan dengan kualitas sedang maka dihargai murah. Hal ini sesuai dengan prinsip-prinsip muamalah dalam Islam. Yang kedua mengenai penentuan kualitas kayu melalui penyamaran yang bertujuan semata-mata untuk membuat barang mebel yang dihasilkan tampak lebih bagus dan mewah dengan harga terjangkau bukan melalui penipuan barang melalui kualitas.[18]

Kedua, Etika Bisnis Islam Dalam Periklanan (Studi Kasus Praktik Periklanan Di Radio Gema Surya Ponorogo) Oleh Sholihatin Khofsah, 2014 yang membahas tentang periklanan yang dilakukan oleh Radio Gema Surya Ponorogo sesuai dengan pesanan customer tetapi juga memberi edukasi kepadanya tentang bahasa atau pesan yang terdapat dalam iklan supaya terhindar dari unsur-unsur negatif, hal ini sesuai dengan etika bisnis Islam.

Yang kedua mengenai persaingan bisnis periklanan yang dilakukan oleh Radio Gema Surya. Beragam iklan dari produk yang berbeda juga bisa

[18] Wawan Kunaifi, "Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Kayu Di UD. Jati Makmur Desa Rejosari Kecamatan Kebonsari Kabupaten Madiun", (Skripsi, STAIN, Ponorogo, 2014), 70.

disiarkan secara adil sesuai kesepakatan kontrak yang dibuat tanpa menjatuhkan atau menghina produk lain yang sejenis.[19]

Ketiga, Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Strategi Pemasaran Simpanan Mudharabah BMT Muamalah Mandiri Pacitan Oleh Sulistyoningsih tahun 2013 yang membahas pertama tentang tinjauan etika bisnis Islam terhadap promosi simpanan mudharabah di BMT Muamalah Mandiri Pacitan. Bahwa promosi yang dilakukan oleh BMT Muamalah Mandiri Pacitan dalam melakukan aktivitas bisnisnya dalam hal promosi produk simpanan mudharabah melalui empat cara yaitu periklanan, promosi penjualan, penjualan pribadi dan publisitas. Hanya saja cara promosi dalam penjualan pribadi antara pendapat sales nasabah ada perbedaan. Jika pendapat nasabah bahwa mereka menjelek-jelekkan hal ini menyalahi etika bisnis dalam Islam, akan tetapi pendapat sales bahwa mereka hanya mengklarifikasi dan hal ini tidak menyalahi etika bisnis dalam Islam.

Yang kedua tentang tinjuan etika bisnis Islam terhadap pemasaran harga simpanan mudharabah di BMT Muamalah Mandiri Pacitan. Bahwa ada kejanggalan antara nasabah dengan pihak BMT Muamalah mandiri mengenai jumlah bagi hasil yang nantinya akan diterima oleh nasabah yang melakukan simpanan mudharabah saat menabung pada sales yang ada di pasar kemuadian pada saat mengambil jumlah yang mereka terima kurang memuaskan maka mereka akan menutup buku tabungan mereka yang ada di

[19] Sholihatin Khofsah, "Etika Bisnis Islam Dalam Periklanan Studi Kasus Praktik Periklanan Di Radio Gema Surya Ponorogo", (Skripsi, STAIN, Ponorogo,2014), 88.

BMT Muamalah Mandiridan akan beralih ke lembaga keuangan lainnya demi mendapatkan keuntungan yang lebih pasti.[20]

Keempat, Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Buah Dalam Kemasan Di Terminal "Anjuk Ladang" Kabupaten Nganjuk oleh Qurrata A'yunina tahun 2012 yang membahas pertama, tinjauan etika bisnis Islam terhadap transaksi jual beli buah dalam kemasan di terminal "Anjuk Ladang" Kabupaten Nganjuk. Bahwa transaksi jual beli buah dalam kemasan tidak sesuai dengan etika bisnis Islam karena tidak sesuai dengan ijab Qabul. Kedua, tinjauan etika bisnis Islam terhadap takaran/timbangan buah dalam kemasan di terminal "Anjuk Ladang" Kabupaten Nganjuk. Bahwa cara pedagang buah dalam kemasan di terminal "Anjuk Ladang" Kabupaten Nganjuk dalam menimbang buah bertentangan dengan etika bisnis Islam karena tidak memenuhi syarat *ma'qud 'alaih,* sebab penjual melakukan pengurangan dalam hal takaran atau timbangan.

Ketiga, tinjauan etika bisnis Islam terhadap kualitas buah dalam kemasan di terminal "Anjuk Ladang" Kabupaten Nganjuk. Bahwa kualitas buahnya juga bertentangan dengan etika bisnis Islam karena syarat *ma'qud 'alaih* tidak sesuai sebab penjual melakukan penyamaran dalam hal kualitas.[21]

Berdasarkan telaah pustaka yang pernah penulis baca, ada yang membahas mengenai promosi periklanan namun belum ada skripsi yang membahas tentang etika bisnis Islam terhadap pelayanan pelanggan di rumah

---

[20] Sulistyoningsih, "Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Strategi Pemasaran Simpanan Mudharabah BMT Muamalah Mandiri Pacitan", (Skripsi, STAIN, Ponorogo, 2013), 65.

[21] Qurrata A'yunina, "Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Buah Dalam Kemasan Di Terminal "Anjuk Ladang" Kabupaten Nganjuk", (Skripsi, STAIN, Ponorogo, 2012), 81.

makan. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk meneliti lebih jauh tentang "Tinjauan etika Bisnis Islam Terhadap Pelayanan Pelanggan Di Rumah Makan Joglo Manis Ponorogo".

## F. Metode Penelitian

### 1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan[22], di mana peneliti melakukan penelitian secara langsung yang dilakukan di tempat atau lokasi lapangan untuk mendapatkan informasi yang akurat.

### 2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif yaitu suatu proses penelitian yang digunakan peneliti yang berguna untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik mengenai kompleksitas yang ada dalam interaksi manusia.[23]

### 3. Lokasi Penelitian

Lokasi yang dijadikan objek penelitian adalah di Rumah Makan Joglo Manis Ponorogo yang berlokasi di Jl. Sultan Agung 52 Ponorogo yang bergerak dalam bidang rumah makan. Peneliti memilih lokasi tersebut karena pertama, berdasarkan pengalaman bahwa penulis pernah mengalami sendiri ketika singgah di rumah makan tersebut memesan makanan dan minuman yang tidak sesuai dengan apa yang ada di dalam

---

[22] Andi Prastowo, Metode Penelitian Kualitatif Dalam Perspektif Rancangan Penelitian (Jakarta: Ar-Ruzz Media, 2014), 183.

[23] Jonathan Sarwono, Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), 193.

daftar menu bergambar dan juga kurangnya karyawan dalam memberikan pelayanannya. Kedua, di rumah makan tersebut terdapat hal-hal yang menarik untuk diteliti yang sesuai dengan topik yang akan diteliti.

**4. Data Dan Sumber Data**

a. Adapun data yang dibutuhkan adalah: data tentang pelayanan pelanggan di rumah makan Joglo Manis Ponorogo.

b. Adapun sumber data yang diperoleh untuk mendapatkan informasi data adalah dari berbagai pihak antara lain:

1) Informasi dari Hadi Prasetyo selaku manajer rumah makan Joglo Manis Ponorogo.

2) Informasi dari karyawannya yaitu:

a) Mas Fauzi

b) Mas Tedi

3) Informasi dari para pelanggan/konsumen/pembeli yaitu:

a) Bapak Riyanto dari Ponorogo

b) Ibu Widia dari Ponorogo

c) Bapak Agus Prasetyo dari Tambak Bayan

d) Ibu Susi dari Ponorogo

**5. Teknik Pengumpulan Data**

a. Observasi adalah sebuah teknik pengumpulan data yang mengharuskan peneliti turun ke lapangan mengamati hal-hal yang berkaitan dengan

ruang, tempat, pelaku, kegiatan, benda-benda, waktu, peristiwa, tujuan dan perasaan.[24]

b. Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu oleh dua pihak yaitu pewawancara (interviewer) sebagai pengaju/ pemberi pertanyaan dan yang diwawancari (interviewee) sebagai pemberi jawaban atas pertanyaan itu.[25]

c. Dokumentasi adalah cara pengumpulan data yang menghasilkan catatan-catatan penting yang berhubungan dengan masalah yang diteliti, sehingga akan diperoleh data yang lengkap, sah dan bukan berdasarkan perkiraan.[26] Sumber utamanya adalah kata-kata atau tindakan yang diamati atau diwawancarai oleh peneliti. Sumber tersebut dapat dicatat, direkam, dan jika perlu diambil gambarnya. Kemudian sumber data tambahan yang didapat dari dokumen yang diberikan oleh manajer rumah makan.

**6. Teknik Pengolahan Data**

a. Editing adalah memeriksa kembali semua data yang diperoleh terutama dari segi kelengkapan, keterbacaan, kejelasan makna, keselarasan antara satu dengan yang lain, relevansi dan keseragaman satuan/ kelompok data.

b. Organizing adalah menyusun dan mensistematisasikan data-data yang diperoleh dalam kerangka paparan yang sudah direncanakan

---

[24] Djunaidi Ghony Dan Fauzan Almanshur, Metode Penelitian Kualitatif (Yogyakarta: Ar-Ruz Media, 2012), 165.

[25] Basrowi dan Suwandi, Memahami Penelitian Kualitatif (Jakarta: ineca Cipta, 2008), 127.

[26] Ibid., 158.

sebelumnya, kerangka tersebut dibuat berdasarkan dan relevan dengan sistematika pertanyaan-pertanyaan dalam perumusan masalah.

c. Penemuan hasil adalah melakukan analisa data yang terkumpul sebagai dasar dalam penarikan kesimpulan-kesimpulan hasil penelitian.[27]

**7. Teknik Analisa Data**

Teknik analisa data yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode induktif yaitu teknik analisa data dengan cara berfikir dengan mendasarkan pada pengalaman-pengalaman yang diulang-ulang atau suatu cara/ jalan yang dipakai untuk mendapatkan ilmu pengetahuan ilmiah dengan bertitik tolak dari pengamatan atas hal-hal atau masalah yang bersifat khusus, kemudian menarik kesimpulan yang bersifat umum.[28]

## G. Sistematika Pembahasan

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini merupakan gambaran umum untuk memberikan pola pemikiran keseluruhan skripsi ini, yang meliputi: latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, kajian pustaka, metode penelitian, dan sistematika penelitian.

---

[27] Aji Damanuri, *Metodologi Penelitian Mu'amalah* (Ponorogo: STAIN Po Press, 2010), 153.

[28] Abd. Rachman Assegaf, Desain Riset Sosial-Keagamaan Pendekatan Integrasi-Interkonektif (Yogyakarta: Gama Media, 2007), 66-89.

BAB II : ETIKA BISNIS ISLAM

Bab ini merupakan teori yang digunakan sebagai landasan melakukan penelitian yang terdiri atas pengertian etika bisnis Islam, prinsip-prinsip etika bisnis Islam, fungsi etika dalam bisnis, dan pelayanan pelanggan.

BAB III : GAMBARAN PELAYANAN PELANGGAN DI RUMAH MAKAN JOGLO MANIS PONOROGO

bab ini menggambarkan fakta-fakta yang terjadi di lapangan yang meliputi: profil rumah makan joglo manis ponorogo, struktur organisasi, pelayanan pelanggan di rumah makan Joglo Manis Ponorogo.

BAB IV : ANALISA ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP PELAYANAN PELANGGAN DIRUMAH MAKAN JOGLO MANIS PONOROGO

Pada bab ini penyusun menganalisis untuk mendapatkan kesimpulan yang valid. Analisa tersebut dilakukan terhadap pelayanan pelanggan di rumah makan Joglo Manis Ponorogo.

BAB V : PENUTUP

Bab ini merupakan penutup dari pembahasan skripsi ini, dengan menampilkan kesimpulan yang merupakan jawaban dari rumusan masalah dan saran-saran yang bersifat membangun terhadap permasalahan di atas.

# BAB II

# ETIKA BISNIS ISLAM

## A. Pengertian Etika Bisnis Islam

Menurut kamus, istilah etika bermakna "prinsip tingkah laku yang mengatur baik buruk individu dan kelompok[29]. Bisnis dapat didefinisikan sebagai pertukaran barang, jasa atau uang yang saling menguntungkan atau memberi manfaat. Ada yang mengartikan, bisnis sebagai suatu organisasi yang menjalankan aktifitas produksi dan distribusi atau penjualan barang dan jasa-jasa yang diinginkan oleh konsumen untuk memperoleh profit (keuntungan). Barang yang dimaksud adalah suatu produk yang secara fisik memiliki wujud (dapat di indra) sedang jasa adalah aktivitas-aktivitas yang memberi manfaat kepada konsumen atau pelaku bisnis lainnya.

Sedangkan bisnis mengandung arti suatu dagang, usaha komersil di dunia perdagangan di bidang usaha. Dalam pengertian yang lebih luas, bisnis diartikan sebagai semua aktifitas produksi perdagangan barang dan jasa. Bisnis merupakan sejumlah total usaha yang meliputi pertanian, produksi, distribusi, trasportasi, komunikasi, usaha jasa dan pemerintahan yang bergerak dalam bidang membuat dan memasarkan barang dan jasa ke konsumen. Istilah bisnis pada umumnya ditekankan pada 3 hal yaitu: usaha perorangan misalnya industri rumah tangga,

[29] Veithzal Rifai, dkk., Islamic Bussines And Economic Ethics Mengacu Pada Al-*Qur'an* Dan Mengikuti Jejak-Jejak Rasulullah SAW Dalam Bisnis, Keuangan Dan Ekonomi (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2012), 2-4.

usaha perusahaan besar seperti PT, CV, maupun badan hukum koperasi dan usaha dalam bidang struktur ekonomi suatu Negara[30].

Kegiatan bisnis dalam bingkai ajaran Islam bukan hanya aktivitas pemenuhan kebutuhan ekonomi semata. Namun kegiatan bisnis sekaligus kegiatan ibadah yang akan mendapatkan pahala berlimpah dari Allah SWT. Islam menganjurkan umatnya untuk bekerja dan bekerja, meraih rezeki sebanyak-banyaknya dengan cara yang halal. Dari pengertian bisnis tersebut, dapat dipahami bahwa setiap pelaku bisnis akan melakukan aktivitas bisnisnya dalam bentuk: pertama, memproduksi dan atau mendistribusikan barang dan atau jasa. Kedua, mencari profit atau keuntungan dan ketiga, mencoba memuaskan keinginan konsumen[31].

Etika bisnis dalam Islam dengan demikian memposisikan pengertian bisnis sebagai usaha manusia untuk mencari keridhaan Allah swt. Dan dalam melakukan bisnis ini hendaknya pelaku bisnis bertumpu pada prinsip-prinsip etika bisnis yaitu yang menyangkut yang baik dan tidak baik, apa-apa yang boleh dan tidak boleh, halal dan haram dilakukan dalam berbisnis .

Islam sangat menekankan nilai etika dalam kehidupan manusia. Sebagai satu jalan, pada dasarnya Islam merupakan kode perilaku etika dan moral bagi kehidupan manusia. Islam memandang etika sebagai satu bagian dari sistem kepercayaan muslim (iman). Hal tersebut memberikan satu otoritas internal yang kokoh untuk memberikan sanksi dan memberikan dorongan

---

[30] Buchari Alma, Ajaran Islam dalam Bisnis (Bandung: Alfabeta, 1994), 18.
[31] Ibid., 11.

dalam melaksanakan standar-standar etika. Konsep etika dalam Islam bukan relatif, namun prinsipnya bersifat abadi dan mutlak.[32]

## B. Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam

Prinsip Etika Bisnis menurut Rasulullah SAW[33]:

1. Bahwa prinsip esensial dalam bisnis adalah kejujuran. Allah berfirman (Q.S al-Ahzab: 70):

   يَاايُّهَاالَّذِيْنَءَامَنُوْااتَّقُوا الله وَقُوْلُوْاقَوْلاً سَدِيْدًا ٧٠

   Artinya: Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan katakanlah perkataan yang benar.[34]

   Kejujuran yang ada pada diri seseorang membuat orang lain senang berteman dan berhubungan dengan dia. Di dalam bisnis pemupukan relasi sangat mutlak diperlukan, sebab relasi ini akan sangat membantu kemajuan bisnis dalam jangka panjang. Kejujuran dalam penawaran barang atau jasa dengan mutu dan harga yang sebanding. Sedangkan keadilan perlu diterapkan misalnya terhadap para karyawan ada aturan yang jelas dalam pemberian upah, dengan prinsip keadilan itu tidak membeda-bedakan manusia yang satu dengan yang lainnya.[35]

   Kejujuran adalah suatu jaminan dan dasar bagi kegiatan bisnis yang baik dan berjangka panjang. Kejujuran termasuk prasyarat keadilan

---

[32] Taha Jabir Al-Alwani, Bisnis Islam (Yogyakarta: AkGroup, 2005 ), 33.

[33] Veithzal Rifai, Islamic Marketing Membangun Dan Mengembangkan Bisnis Dengan Praktek Marketing Rasulullah SAW (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2012), 189.

[34] Al-Qur'an, 33:70.

[35] Buchari Alma Dan Donni Juni Priansa, Manajemen Bisnis Syariah (Bandung: CV Alfabeta, 2009), 207.

dalam hubungan kerja dan terkait erat dengan kepercayaan. Kepercayaan sendiri merupakan asset yang sangat berharga dalam urusan bisnis[36].

Terdapat tiga lingkup kegiatan bisnis yang bisa ditunjukkan secara jelas bahwa bisnis tidak akan bisa bertahan lama dan berhasil kalau tidak didasarkan atas kejujuran. Pertama, jujur dalam pemenuhan syarat-syarat perjanjian dan kontrak. Kedua, kejujuran dalam penawaran barang atau jasa dengan mutu dan harga yang sebanding. Ketiga, jujur dalam hubungan kerja intern dalam suatu perusahaan[37].

حَدَّثَنَاهَنَّادٌ حَدَّثَنَا أَبُوْ مُعَاوِيَةٍ عَنِ الأَعْمَشِ عَنْ شَقِيْقِ بْنِ سَلَمَةَ عَنْ عَبْدِ اللهِ بْنِ مَسْعُوْدٍ قَالَ:قَالَ رَسُوْلُ اللهِ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ:عَلَيْكُمْ بِالصِّدْقِ فَإِنَّ الصِّدْقَ يَهْدِى إِلَى ابِرَّ,وَإِنَّ الْبِرَّيَهْدِى إِلَى الْجَنَّةِ ,وَمَايَزَالُ الرَّجُلُ يَصْدُقُ وَيَتَحَرَّىْ الصِّدْقَ حَتَّى يُكْتَبَ عِنْدَاللهِ صِدِّيْقًا,وَإِيَّاكُمْ وَالكَذِبَ,فَإِنَّ الْكَذِبَ يَهْدِى إِلَى الفُجُوْرِ,وَإِنَّ الْفُجُوْرَيَهْدِإِلَى انَّارِوَمَايَزَالُ الْعَبْدُيَكْذِبُ وَيَتَحَرَّىْ الْكَذِبَ حَتَّى يُكْتَبَ عِنْدَاللهِ كَذَّابًا[38].

Artinya: Hannad menceritakan kepada kami, Abu Muawiyah menceritakan kepada kami dari Al-*A'masy dari Syaqiq bin Salamah dari Abdillah bin Mas'ud berkata:" Rasulullah SAW bersabda:"Wajib atasmu untuk jujur karena* sesungguhnya kejujuran menunjukkan ke kebaikan dan sesungguhnya kebaikan itu menunjukkan ke surge dan seseorang selalu jujur dan memelihara kejujuran sehingga ditulis dan disisi Allah sebagai seorang yang jujur. Jauhilah dusrta karena sesungguhnya dusta menunjukkan ke kejelekan dan sesungguhnya kejelekan itu menunjukkan ke neraka, dan seseorang selalu berdusta dan memelihara dusta sehingga *ditulis disisi Allah sebagai seorang pendusta."*

---

[36] Salam Buharnuddin, Etika Sosial (Jakarta: RinekaCipta, 1994), 162.

[37] http://maydaafifah18.blogspot.co.id/prinsip-otonomi-kejujuran-dan-keadilan.html (Desember, 2015), 1.

[38] Muhamad Isa Bin Surah At Tirmidzi, Tarjamah Sunan At Tirmidzi, Terj. Moh Zuhri (Semarang, CV Asy Syifa', 1992), 491.

Masalah kejujuran tidak hanya merupakan kunci kesuksesan seorang pelaku bisnis menurut Islam, tetapi juga bisnis modern juga sangat menekankan pada prinsip kejujuran. William C. Byham menyatakan bahwa etika bisnis membangun kepercayaan, dan kepercayaan adalah dasar daripada bisnis modern. Richard Lancaster menyatakan bahwa dalam semua hubungan, kepercayaan adalah elemen yang mendasar yang dihasilkan dari ketulusan hati. Ketulusan hati adalah salah satu daripada kualitas karakter yang begitu sulit untuk meraih hasil dalam kegiatan bisnis, keluarga atau tempat lain dimana kepentingan diri seseorang bersaing dengan kepentingan lain[39].

Islam memerintahkan semua transaksi bisnis dilakukan dengan cara jujur dan terus terang. Untuk itu Allah menjanjikan kebahagian bagi orang awam yang melakukan bisnis dengan cara jujur dan terus terang. Keharusan untuk melakukan transaksi bisnis secara jujur, tidak akan memberikan koridor dan ruang penipuan, kebohongan dan eksploitasi dalam segala bentuknya. Perintah ini mengharuskan setiap pelaku bisnis untuk secara ketat berlaku adil dan lurus dalam semua transaksi bisnisnya[40].

2. Longgar dan bermurah hati (tatsamuh dan taraahum). Dalam transaksi terjadi kontak antara penjual dan pembeli. Dalam hal ini, seorang pelaku bisnis diharapkan bersikap ramah tamah dan bermurah hati kepada setiap pembeli. Selain ramah tamah, perilaku sopan dalam berbisnis dengan

[39] Muhammad Djakfar, Etika Bisnis Menangkap Spirit Ajaran Langit Dan Pesan Moral Ajaran Bumi (Jakarta: Penebar Plus, 2012), 34-35.

[40] Mustaq Ahmad, Etika Bisnis Dalam Islam (Jakarta: Pustaka Al-kausar , 2001), 103.

siapapun juga tetap harus diterapkan. Berbicara dengan ucapan dan ungkapan yang baik walaupun dengan orang yang berpakaian compang camping dan hitam legam sekalipun.[41]

Ramah disini artinya senantiasa berakhlak yang terpuji penuh kemuliaan. Menghormati yang lebih tua, menyayangi yang lebih muda serta tidak membeda-bedakan teman sepermainan. Selanjutnya, keramahan tidak hanya untuk membalas orang-orang yang ramah tapi juga untuk mereka yang hatinya dengan kita tidak sejalan. Inilah wujud cinta kita tanpa syarat sepanjang hayat masih di kandung badan.

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ، قَالَ: قَالَ رَسُوْلُ اللهِ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّم: لَا تَدْخُلُونَ الجَنَّةَ حَتَّى تُؤْمِنُوا، وَلَا تُؤْمِنُوا حَتَّى تَحَابُّوا، أَوَلَا أَدُلُّكُمْ عَلَى شَيْءٍ إِذَا فَعَلْتُمُوهُ تَحَابَبْتُمْ؟ أَفْشُوا السَّلَامَ بَيْنَكُمْ[42]

Artinya: Dari Abu Hurairah r.a, Rasullah SAW *bersabda, "Demi* Dzat yang jiwaku ada di tangan-Nya, kalian tidak akan masuk surga, hingga kalian beriman. Dan kalian tidak beriman hingga kalian saling mencintai. Tidakkah aku tunjukkan kepada kalian satu perbuatan yang jika kalian mengerjakannya niscaya kalian akan *saling mencintai? Terbarkanlah salam antara kalian."*

Dengan sikap ini seorang penjual akan mendapatkan berkah dalam penjualan dan akan diminati oleh pembeli. Kunci suksesnya adalah satu yaitu servis kepada orang lain. Senyum dari seorang penjual terhadap pembeli merupakan wujud refleksi dari sikap ramah tamah yang menyejukkan hati sehingga para pembeli akan merasa senang. Dan bukan tidak mungkin pada akhirnya mereka akan menjadi pelanggan setia yang

[41] Ali Hasan, Manajemen Bisnis Syariah Kaya Di Dunia Terhormat Di Akhirat (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), 189.

[42] HR Muslim: no. 54

akan menguntungkan perkembangan bisnis di kemudian hari. Sebaliknya jika penjual kurang ramah, apalagi kasar dalam melayani pembeli, justru mereka akan melarikan diri dalam arti tidak akan mau kembali lagi[43].

3. Komoditi bisnis yang dijual adalah barang yang suci dan halal, bukan barang yang haram seperti babi, anjing, minuman keras, dan ekstasi., serta menjual barang yang baik mutunya[44]. Melakukan usaha yang halal merupakan harapan bagi konsumen muslim. Halal dalam arti materi (objek) yang diproduksi maupun proses transaksi yang dilakukan[45].

وَأَخْرَجَ مُسْلِمٌ عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ قَالَ :قَالَ رَسُوْلُ الله صلى الله عليه وسلم: لاَتَبْتَاعُوْا الثِّمَارَ حَتَّي يَبْدُوَ صَلاَحُهَا[46].

Artinya: Diriwayatkam oleh Muslim dan Abu Hurairah, ia berkata: *"Rasulullah SAW. Bersabda: 'Janganlah kalian menjual Buah-*buahan sehingga tampak kelayakannya.

Seorang pebisnis muslim diwajibkan untuk selalu berada dalam bingkai aturan ini. Tidak layak bagi seorang muslim tergelincir dalam usaha yang haram dan maksiat hanya untuk mengejar keuntungan yang berlimpah. Padahal Allah menghalalkan yang baik-baik kepada manusia dan mengharamkan yang buruk-buruk kepada manusia. Jadi apa yang didapatkan dari usaha yang halal adalah berkah dan kebaikan, sedangkan yang didapatkan dari usaha haram adalah keburukan[47].

---

[43] Djakfar, Etika, 38.

[44] Ibid., 36.

[45] Muhammad Dja'far, Agama, Etika, Dan Ekonomi Wacana Menuju Pengembangan Ekonomi Rabbaniyah (Malang: UIN-Malang Press, 2007), 175.

[46] Kathur Suhardi, Syarah Hadist Pilihan Bukhari Muslim (Jakarta: Darul Falah, 2002), 580.

[47] Lukman Fauroni, Etika Bisnis Dalam Al-*Qur'an* (Yogyakarta: Pustaka Pesantren-LKiS, 2006), 115.

Etika bisnis Islam merupakan etika bisnis yang mengedepankan nilai-nilai al Qur'an. Oleh karena itu, beberapa nilai dasar dalam etika bisnis Islam yang disarikan dari inti ajaran Islam itu sendiri adalah antara lain:[48]

a. Kesatuan (Tauhid)

Kesatuan ini dimaksudkan bahwa sumber utama etika Islam adalah kepercayaan total dan murni terhadap kesatuan (keesaan) Tuhan. Kenyataan ini secara khusus menunjukkan dimensi vertikal Islam yang menghubungkan institusi-institusi social yang terbatas dan tak sempurna dengan Dzat yang sempurna dan tak terbatas. Hubungan vertikal ini merupakan wujud penyerahan diri manusia secara penuh tanpa syarat di hadapan Tuhan, dengan menjadikan keinginan ambisi, serta perbuatannya tunduk pada titah-NYA.

Ketundukan manusia pada Tuhan telah membantu mereka merealisasikan potensi teomorfiknya, sekaligus membebaskannya dari perbudakan manusia. Dengan mengintegrasikan aspek religius dengan aspek-aspek kehidupan yang lain, seperti ekonomi akan mendorong manusia kedalam suatu keutuhan yang selaras, konsisten dalam dirinya, dan selalu merasa diawasi oleh Tuhan. Peran integrasi dalam konsep tauhid akan menimbulkan perasaan dalam diri manusia bahwa ia akan selalu merasa direkam segala aktivitas kehidupannya, termasuk dalam kegiatan berekonomi.

[48] Muhammad, Etika Bisnis Islam (Yogyakarta: YKPN, 2004), 5.

Dengan demikian, perhatian terus menerus untuk memenuhi tuntutan etika akan meningkatkan kesadaran individual yang pada gilirannya akan menambah kekuatan dan ketulusan instink baik terhadap sesama manusia maupun alam lingkungannya. Hal ini akan semakin kuat dan mantap jika dimotivasi oleh perasaan tauhid kepada Tuhan Yang Maha Esa, sehingga dalam melakukan segala aktivitas bisnis tidak akan mudah menyimpang dari segala ketentuan-NYA. Ini berarti, konsep keesaan akan memiliki pengaruh yang paling mendalam terhadap diri seorang muslim[49].

b. Keseimbangan (al-*'Adl wa al-Ihsān*)

Berkaitan dengan konsep tauhid yang mewajibkan manusia agar percaya pada Dzat Yang Maha Tunggal, konsep al-*'Adl wa al-Ihsān* merupakan salah satu bagian ketundukan hanya kepada-Nya. Keseimbangan atau kesejajaran (Equilibrium/ al-*'Adl wa al-Ihsān*) menggambarkan dimensi horizontal ajaran Islam, dan berhubungan dengan harmoni segala sesuatu di alam semesta. Sifat keseimbangan ini lebih dari sekedar karakteristik alam, dimana ia merupakan karakter yang harus diperjuangkan oleh setiap muslim dalam kehidupannya. Kebutuhan akan keseimbangan dan kesetaraan ditekankan Allah ketika Ia menyebut kaum muslim sebagai ummutun wasatun. Untuk menjaga keseimbangan antara mereka yang berpunya dan mereka yang tak berpunya, Allah menekankan arti penting sikap saling memberi dan

[49] Rafik Isa Beekun, Etika Bisnis Islami (Islamic Business Ethict, Virginia: International In- stitute of Islamic Thought, 1997), 33.

tidak berperilaku yang berlebih-lebihan. Pada keseimbangan merupakan konsep yang menunjukkan adanya keadilan sosial.

Pada dataran ekonomi, konsep keseimbangan menentukan konfigurasi aktivitas-aktivitas distribusi, konsumsi serta produksi yang terbaik, dengan pemahaman yang jelas bahwa kebutuhan seluruh anggota masyarakat yang kurang beruntung dalam masyarakat Islam didahulukan atas sumber daya riil masyarakat. Tidak terciptanya keseimbangan sama halnya dengan terjadinya kedhaliman.

Dengan demikian, Islam menuntut keseimbangan antara kepentingan diri dan kepentingan orang lain, antara kepentingan si kaya dan si miskin, antara hak pembeli dan hak penjual, dll. Artinya hendaknya sumber daya ekonomi itu tidak hanya terakumulasi pada kalangan orang atau kelompok tertentu semata.

c. Kehendak bebas (*Ikhtiyār*-Freewill)[50]

Kehendak bebas yakni manusia mempunyai suatu potensi dalam menentukan pilihan-pilihan yang beragam, karena kebebasan manusia tidak dibatasi. Tetapi dalam kehendak bebas yang diberikan Allah kepada manusia haruslah sejalan dengan prinsip dasar diciptakannya manusia yaitu sebagai khalifah di bumi. Sehingga kehendak bebas itu harus sejalan dengan kemaslahatan kepentingan individu telebih lagi pada kepentingan umat.

[50] Djakfar, Etika, 25.

Perlu disadari oleh muslim, bahwa dalam situasi apapun, ia dibimbing oleh aturan-aturan dan prosedur-prosedur yang didasarkan pada ketentuan-ketentuan Tuhan dalam syariat-NYA yang dicontohkan melalui Rasul-NYA. Oleh karena itu, kebebasan memilih dalam hal apapun termasuk dalam bisnis harus dimaknai dengan kebebasan yang tidak kontra produksi dengan ketentuan syariat yang sangat mengedepankan ajaran etika.

d. Tanggung jawab (Fardh)

Tanggung Jawab (Fardh) terkait erat dengan tanggung jawab manusia atas segala aktifitas yang dilakukan kepada Tuhan dan juga tanggung jawab kepada manusia sebagai masyarakat. Karena manusia hidup tidak sendiri dia tidak lepas dari hukum yang dibuat oleh manusia itu sendiri sebagai komunitas sosial. Tanggung jawab kepada Tuhan tentunya diakhirat, tapi tanggung jawab kepada manusia didapat di dunia berupa hukum-hukum formal maupun hukum non formal seperti sangsi moral dan lain sebagainya.

Tanggung jawab kepada Tuhan dalam perspektif etika bisnis didasari bahwa dalam melakukan aktivitas bisnis segala objek yang diperdagangkan pada hakikatnya adalah anugerah-NYA. Manusia selaku pelaku bisnis hanyalah sebatas melakukan sesuai dengan ketentuan-ketentuan yang telah ditetapkan oleh Tuhan. Adapun tanggung jawab kepada manusia karena manusia adalah mitra yang harus dihormati hak dan kewajibannya. Islam tidak pernah mentolerir

pelanggaran atas hak dan kewajiban sehingga disinilah arti penting pertanggungjawaban itu harus dipikul oleh manusia.

e. Kebajikan (Ihsan)

Ihsan adalah kehendak untuk melakukan kebaikan hati dan meletakkan bisnis pada tujuan berbuat kebaikan. Kelima prinsip tersebut secara operasional perlu didukung dengan suatu etika bisnis yang akan menjaga prinsip-prinsip tersebut dapat terwujud.

## C. Fungsi Etika Dalam Bisnis

1. Dapat mengurangi dana yang diakibatkan dari pencegahan yang kemungkinan terjadi friksi atau perpecahan, baik dari intern perusahaan itu sendiri maupun ekstern.
2. Membangkitkan motivasi pekerja agar terus meningkat, melindungi prinsip dalam kebebasan berdagang atau berniaga, serta dapat menciptakan keunggulan dalam bersaing.
3. Melakukan perubahan kesadaran masyarakat tentang bisnis dengan memberikan suatu pemahaman atau cara pandang baru, yakni bahwa bisnis tidak terpisah dari etika.

## D. Pelayanan pelanggan

Berkaitan dengan pelayanan, ada dua istilah yang perlu diketahui, yaitu melayani dan pelayanan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, melayani adalah membantu menyiapkan (mengurus) apa yang diperlukan

seseorang. Sedangkan pelayanan adalah usaha melayani kebutuhan orang lain[51].

Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perseorangan kepada konsumen, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Adapun karasteristik tentang pelayanan agar menjadi dasar bagaimana memberikan pelayanan yang terbaik, yaitu[52]:

1. Pelayanan bersifat tidak dapat diraba, pelayanan sangat berlawanan sifatnya dengan barang jadi.
2. Pelayanan itu kenyataannya terdiri dari tindakan nyata dan merupakan pengaruh yang sifatnya adalah tindakan sosial.
3. Produksi dan konsumsi dari pelayanan tidak dapat dipisahkan secara nyata, karena pada umumnya kejadiannya bersamaan dan terjadi di tempat yang sama.

Atep Adya Brata, menyatakan bahwa service adalah singkatan yang mempunyai arti sebagai berikut:

1. S (self awareness) : menanamkan kesadaran diri sehingga dapat memahami posisi, agar memberikan pelayanan dengan cepat, benar, dan akurat.
2. E (euthusiasm) : melaksanakan pelayanan penuh gairah.
3. R (reform) : memperbaiki kinerja pelayanan dari waktu ke waktu.
4. V (value) : memberikan pelayanan yang mempunyai nilai tambah.
5. I (impressive) : menampilkan diri secara menarik tetapi tidak berlebihan.

---

[51] Nur Riyanto Al-Arif, Dasar-Dasar Ekonomi Islam (Solo: PT. Era Adicitra Intermedia, 2011), 211.

[52] Ibid.

6. C (care) : memberikan perhatian atau kepedulian kepada pelanggan secara optimal.
7. E (evaluation) : mengevaluasi pelaksanaan layanan yang diberikan[53].

Standar pelayanan adalah ukuran yang telah ditentukan sebagai suatu pembakuan pelayanan yang baik. Dalam standar pelayanan ini juga terdapat baku mutu pelayanan. Adapun pengertian mutu merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pihak yang menginginkannya.[54]

Etika pelayanan adalah perilaku petugas pelayanan (customer servise) dalam memenuhi apa yang diinginkan atau diharapkan konsumen. Etika pelayanan bertitik tolak pada perilaku petugas pelayanan (customer servise) dalam berbagai hal guna memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan memperhatikan mana yang baik dan mana yang buruk, mana yang benar dan mana yang salah[55].

Salah satu kualitas pelayanan yang banyak dijadikan acuan dalam riset pemasaran adalah service quality, yaitu perbandingan antara kenyataan dengan harapan pelanggan/konsumen. Jika kenyataan yang diterima lebih dari yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan bermutu dan konsumen akan merasa puas. Sebaliknya jika kenyataan kurang dari yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan tidak bermutu[56].

---

[53] Ibid., 212-213.
[54] Ibid., 212.
[55] Ibid,.
[56] Ibid., 213.

Dalam proses layanan, ada tiga hal penting yang harus diperhatikan yaitu:

1. Penyedia layanan, yaitu pihak yang memberikan suatu layanan tertentu kepada konsumen, baik berupa layanan dalam bentuk penyediaan dan penyerahan barang dan jasa.
2. penerima layanan, yaitu mereka yang disebut sebagai konsumen atau pelanggan yang menerima layanan dari penyedia layanan.
3. Jenis dan bentuk layanan, yaitu baik berupa layanan jasa dan barang[57].

Lovelock mengemukakan tentang bagaimana suatu produk bila ditambah dengan pelayanan akan menghasilkan suatu kekuatan yang memberikan manfaat lebih. Ia mengemukakan 6 suplemen pelayanan yang terdiri atas[58]:

1. Information

   Proses suatu pelayanan yang berkualitas dimulai dari suplemen informasi dari produk dan jasa yang diperlukan oleh konsumen. Seorang konsumen akan menanyakan kepada penjual tentang apa, bagaimana, berapa, kepada siapa, dimana diperoleh, dan berapa lama memperoleh barang dan jasa yang diinginkan.
2. Consultation

   Setelah mendapatkan informasi yang diinginkan, biasanya konsumen akan membuat suatu keputusan yaitu membeli atau tidak membeli.

[57] Ibid., 213-214.
[58] Ibid., 219-220.

3. Undertaking

Keyakinan yang diperoleh konsumen melalui konsultasi akan membawa pada tindakan untuk memesan produk yang diinginkan. Penilaian pembeli pada titik ini adalah ditekankan pada kualitas pelayanan yang mengacu pada kemudahan pemesanan dan administrasi yang tidak berbelit-belit.

4. Hospitality

Konsumen yang datang akan memberikan penilaian terhadap sikap ramah dan sopan dari karyawan, ruang yang nyaman. Hingga tersedia toilet yang bersih.

5. Caretaking

Latar belakang konsumen yang beragam akan menuntut pelayanan yang berbeda-beda pula.

6. Excepton

Beberapa konsumen kadang-kadang menginginkan pengecualian kualitas pelayanan misalnya pelanggan yang datang tiba-tiba dan meminta pelayanan dahulu.

Menurut Peggy Laambing dan Charles L. Kuchl, keunggulan bersaing terletak pada perbedaan perusahaan tersebut dengan pesaing dalam hal:

1. Kualitas yang lebih baik
2. Harga yang lebih murah dan bisa ditawar
3. Lokasi yang lebih cocok, lebih dekat, dan lebih cepat.
4. Seleksi barang dan jasa yang menarik

5. Pelayanan yang lebih menarik dan lebih memuaskan konsumen
6. Kecepatan, baik dalam pelayanan maupun penyaluran barang[59]

Wirausahawan mengetahui bahwa salah satu cara terbaik untuk mempertahankan pelanggan dan menarik pelanggan baru adalah dengan menyajikan pelayanan yang lebih baik yang tidak tertandingi oleh pesaing lain. Cara menciptakan pelayanan dan kepuasan pelanggan dapat dilakukan sebagai berikut:

1. Dengarkan dan perhatikan pelanggan.
2. Tetapkan pelayanan yang terbaik
3. Tetapkan ukuran dan kinerja standar
4. Berikan perlindungan hak-hak karyawan
5. Latih karyawan dengan cara memberikan pelayanan yang istimewa
6. Gunakan teknologi yang memberikan pelayanan yang terbaik[60].

Kualitas pelayanan yang diberikan oleh setiap perusahaan tentunya mempunyai tujuan. Umumnya tujuan dengan diadakannya pelayanan agar konsumen merasa adanya kepuasan dan dampak bagi perusahaan akan memperoleh laba maksimum[61].

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. konsumen memuaskan kebutuhan dan keinginannya lewat produk. Produk secara garis besar dapat dibedakan menjadi dua jenis yaitu produk barang, dan produk

---

[59] Muhammad Ismail Yusanto Dan Muhammad Karebet Widjajakusuma, Menggagas Bisnis Islami (Jakarta: Gema Insani Press, 2002), 169.

[60] http://kajianpustaka.com/kualitas-pelayanan-pelanggan.html (April, 2013), 1.

[61] Ibid.

jasa.[62]Perusahaan harus mampu menciptakan suatu produk yang mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta mampu memberikan kepuasan paling tinggi terhadap konsumen.

Berkenaan dengan penetapan produk yang tepat dengan pasar sasaran, menjelaskan manfaatnya yaitu paduan manfaat atau kepuasan yang ditimbulkan, atribut produk yang dibawanya, juga perluasan produk atau sesuai dengan yang disajikan[63].

Terdapat lima elemen kunci yang layak diperhatikan yang digunakan dalam proses pemberian layanan pelanggan adalah sebagai berikut[64]:

1. Reliabilitas (kehandalan)

   Aspek ini mencerminkan kemampuan untuk memberikan apa yang dijanjikan dengan andal, tepat, akurat serta memuaskan. Untuk mampu memberikan reliabilitas maka langkah yang harus dilakukan adalah :

   a. Mengidentifikasi kebutuhan pelanggan dengan benar
   b. Janjikan hanya apa yang dapat anda berikan
   c. Tindak lanjuti untuk memastikan bahwa produk dan service telah diberikan sesuai dengan janji.

2. Assurance (jaminan)

   Aspek ini mencerminkan kemampuan untuk memberikan sesuatu yang dapat dipercaya (terjamin keandalannya). Strategi tindakan untuk mengembangkan assurance adalah berikan layanan dengan menggunakan

[62] Ali Hasan, Marketing Bank Syariah (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), 14.
[63] Yusanto Dan Wijdajakusuma, Manajemen Strategis Perspektif Syariah (Jakarta: Khairul Bayan, 2003), 80.
[64] Al-Arif, Dasar-Dasar, 221.

teknik komunikasi yang positif dan menjelaskan produk dan service secara tepat.

3. Tangibel (bentuk fisik)

Aspek ini berkaitan dengan aspek fasilitas fisik/peralatan serta penampilan personal dari penyedia layanan. Strategi tindakan yang layak dilakukan antara lain adalah menjaga penampilan sarana prasarana seperti bentuk bangunan, tata ruang.

4. Empati

Aspek ini berkaitan dengan tingkat kepedulian dan perhatian yang diberikan kepada pelanggan. Strategi tindakan yang dapat dilakukan antara lain adalah

a. Mendengarkan secara aktif pesan yang disampaikan pelanggan.
b. Menempatkan diri anda dalam posisi mereka.
c. Merespon secara tepat guna menjawab keinginan yang menjadi perhatian mereka.

5. Responsif (ketanggapan)

Aspek ini mencerminkan kemampuan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan yang cepat/responsif. Agar mampu bersikap responsif, maka kita perlu menampilkan sikap positif atau "can do attitude", serta mengambil langkah dengan segera untuk membantu pelanggan, dan memenuhi kebutuhan mereka.[65]

---

[65] http://rajapresentasi.com/2009/04/lima-aspek-kunci-dalam-pelayanan-pelanggan-customer-service/ (April, 2009), 1.

# BAB III

# GAMBARAN TENTANG PELAYANAN PELANGGAN DI RUMAH MAKAN JOGLO MANIS PONOROGO

## A. Profil Rumah Makan Joglo Manis Ponorogo

### 1. Sejarah Berdirinya Rumah Makan Joglo Manis Ponorogo

Joglo Manis adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang rumah makan yang di dalamnya menyediakan beraneka macam masakan mulai dari masakan jawa, chines, steak, aneka sop, aneka minuman dan masih banyak menu masakan lainnya yang disediakan. Ruangan yang tersedia di rumah makan joglo manis tertata rapi dan bersih, ruang yang nyaman serta suasana yang tidak membosankan hingga tersedia toilet yang bersih.

Rumah makan joglo manis didirikan pada tahun 2009. Rumah makan ini berlokasi di Jl. Sultan Agung nomor 52 kota Ponorogo. Pemilik rumah makan ini bernama Bapak Djoko MR dan Bu Titin MR yang beralamat di Jl. Juanda perumahan Bangunsari, Ponorogo.

Rumah makan joglo manis ini mulai beroperasi tepat pada tanggal 04 April 2009. Rumah makan ini dipimpin oleh Bapak Hadi Prasetyo. Beliau tinggal di jl. Muria Ponorogo dan mulai menjabat sebagai manajer sejak berdirinya rumah makan tersebut. Rumah makan Joglo Manis merupakan rumah makan pertama yang ada di Ponorogo yang mempunyai ciri khas dengan menu steak nya.

Beliau menciptakan rumah makan ini yang berbeda dari rumah makan yang lain karena berawal dari hobby pemiliknya yakni bapak Djoko MR dan bu Titin MR yang suka berkuliner. Hingga akhirnya beliau tertarik untuk mendirikan rumah makan. Beliau mulai mencari letak bangunannya, arsiteknya sehingga berdirilah rumah makan joglo manis dengan ciri khasnya bernuansa joglo[66]. Bapak Djoko dan bu Titin meminta bapak Hadi Prasetyo untuk menghandle rumah makan ini. Beliau menyediakan modal serta tempatnya dan bapak Hadi Prasetyo ditugaskan untuk memanajemennya.

Rumah makan joglo manis ini pertama berdiri yang berangkat dari hanya mempunyai menu steak makanan khas jawa. namun karena steak merupakan cirri khas makanan jawa, sehingga banyak pelanggan yang mulai tertarik. Namun, setiap tahunnya rumah makan joglo manis ini berusaha menciptakan menu baru hingga bertambah karena memang pemiliknya pun suka berkuliner.

Hingga sekitar 3 tahun setelah berdiri, rumah makan joglo manis menemukan koki chennes dari sebelumnya yang hanya mempunyai koki dalam bidang masakan steak, sehingga mampu menyediakan menu cheenes dan seefood. Selama beroperasi, rumah makan joglo manis pernah mengalami kemrosotan. Sekitar pada tahun 2010-2011 rumah makan ini hampir mengalami kebangkrutan. Namun bapak Hadi Prasetyo

[66] Hadi Prasetyo, Wawancara, Ponorogo, 19 April 2016.

selaku pemimpin terus berusaha untuk membangkitkan kembali rumah makan tersebut agar kembali berkembang di Ponorogo.

Hingga pada akhirnya sekitar pada tahun 2012, rumah makan tersebut menemukan koki yang ahli dalam bidang chines sehingga rumah makan mampu menghadirkan berbagai menu makanan chines. Akhirnya mulai tahun 2012 tersebut akhirnya rumah makan mulai berkembang hingga sekarang karena setiap tahunnya rumah makan tersebut mampu menciptakan menu makanan baru.

**2. Visi Dan Misi Rumah Makan Joglo Manis Ponorogo**

**Visi :**

"Dengan Berlandaskan Iman Dan Takwa Joglo Manis Menjadi Salah Satu Perusahaan Yang Paling Maju, Produktif Dan Disukai Pecinta Kuliner Nusantara".

**Misi:**

a. Menciptakan tenaga kerja yang disiplin, ahli, dan kompeten di bidang masing-masing.
b. Memberi kepuasan kepada konsumen.
c. Menjadi perusaan yang terdepan di bidangnya.
d. Memperluas lapangan kerja untuk kemakmuran masyarakat sekitar perusahaan[67].

[67] Hadi Prasetyo, Wawancara Dan Dokumentasi, Ponorogo, 19 April 2016.

### 3. Struktur Organisasi

| | |
|---|---|
| Pemilik rumah makan | Bapak Djoko MR dan Bu Titin MR |
| Manajer rumah makan | Bapak Hadi Prasetyo |
| Jumlah karyawan | 25 orang |

## B. Pelaksanaan Pelayanan Pelanggan Di Rumah Makan Joglo Manis Ponorogo

Rumah makan Joglo Manis menyediakan beraneka macam masakan mulai dari masakan jawa, chines, steak, aneka sop, aneka minuman dan masih banyak menu masakan lainnya yang disediakan. Agar rumah makan ini mampu menembus wilayah/ mencari pelanggan baik dalam maupun luar Ponorogo, maka dari pihak rumah makan merencanakan dan melakukan pelayanan yang terbaik, baik untuk pelanggan di dalam kota maupun di luar kota.

Menurut informasi yang didapat dari manajer rumah makan, ada 3 cara yang dilakukan rumah makan ini untuk menarik pelanggannya yaitu antara lain[68]:

1. Memasang plang salah satu menu makanan di setiap sudut kota[69]. Menurut informasi yang didapat dari Bapak Hadi Prasetyo selaku manajer, hal ini merupakan salah satu cara yang sangat bagus untuk mempromosikan rumah makan ini. Pemasangan plang ini dilakukan di berbagai penjuru kota seperti di perbatasan madiun, wonogiri, magetan,

[68] Hadi Prasetyo, Wawancara, Ponorogo, 19 April 2016
[69] Hadi Prasetyo, Observasi Dan Dokumentasi, Ponorogo, 19 April 2016.

pacitan, sawoo. Hal ini dilakukan untuk menarik konsumen bukan hanya sekedar di dalam kota Ponorogo saja.

2. Menerima pesanan via telefon/ delivery bagi pelanggan yang menginginkan untuk diantar kerumah. Pemesanan bisa dilakukan baik dalam kota maupun luar kota. Untuk luar kota, akan dikenai ongkos kirim minimal Rp 100.000. menurut informasi yang didapat dari salah satu karyawan dirumah makan tersebut, untuk pemesanan di atas 50.000 tidak dikenai ongkos kirim, sedangkan di bawah harga 50.000 akan dikenai ongkos pengiriman. Penjelasan mas Fauzi selaku karyawannya, penarikan ongkos ini dilakukan untuk meminimalisir kerusakan atau sebagai pengganti bahan bakar kendaraan[70].
3. Menyediakan draft menu bergambar untuk pelanggan/konsumen yang datang langsung ke rumah makan. Penyediaan menu bergambar ini sudah dilakukan sejak dibukanya rumah makan ini. Menurut manajer rumah makan, hal ini dilakukan dengan tujuan untuk memberikan kemudahan para pelanggan/konsumen dalam pemilihan makanan/minuman yang ingin dipesan. Namun tidak semua menu disertai dengan gambar karena begitu banyaknya menu. Pengambilan gambar ini tidak murni dari yang ada. Gambar yang didapat dari pemotretan makanan yang dicetak dan dibuat lebih banyak, lebih indah nuansanya dan lebih menarik. Seperti contohnya menu es buah. Di dalam menu bergambar disajikan lengkap bermacam-macam jenis buah. Menurut sang manajer, hal ini dibuat bukan

[70] Fauzi, Wawancara, ponorogo, 8 Agustus 2016.

untuk menipu atau mengelabui pelanggan/konsumen, tetapi bertujuan untuk menarik pelanggan/konsumen.

Pembeli yang berkunjung di rumah makan Joglo Manis ini, akan mencari tempat duduk yang disediakan. Tempat duduk tidak hanya kursi tetapi juga terdapat tempat lesehan. Setelah pembeli duduk, pelayan akan datang dengan membawa nomor meja dan draft menu bergambar untuk diserahkan kepada pembeli guna mempermudah pembeli dalam memilih menu yang tersedia.

Pelanggan/konsumen yang datang diperbolehkan untuk melihat langsung cara pembuatan pesanannya jika memang menghendaki. Karena memang dapur yang letaknya juga berada di depan sendiri, sehingga mempermudah pelanggan/konsumen untuk melihat secara langsung kebersihan ruang dapurnya, suci dan halalnya bahan yang akan dimasak.

Pembeli akan melihat, memilih dan bertanya sekiranya ingin mengetahui informasi mengenai menu yang akan dipesan. Setelah memilih, pembeli akan memutuskan untuk memesan menu yang tersedia. Sebelum mengambil pesanan, pelayan akan membacakan kembali menu yang dipesan pembeli. Jika tidak ada tambahan/perubahan, pesanan akan segera diantar setelah beberapa menit.

Ketika pesanan sudah diantar ke meja makan, pembeli akan bertanya-tanya kenapa pesanan dengan menu yang ada di gambar berbeda. Memang menu yang ada digambar sebagian tidak sesuai dengan yang asli, menurut pak Hadi selaku manajer, menu tersebut dibuat dengan tujuan untuk memberikan

kemudahan para pelanggan/konsumen dalam pemilihan makanan/minuman yang ingin dipesan. Menurut manajer Joglo Manis Ponorogo yaitu Bapak Hadi Prasetyo, memang terdapat beberapa menu bergambar yang dibuat dengan tampilan berbeda dari aslinya. Hal ini dikarenakan, sebagian gambar dibuat sebagai menu besar untuk 1 porsi keluarga. Selain itu, menu bergambar dibuat untuk mempermudah pelanggan/konsumen melihat tampilan sebelum menu dipesan dan juga untuk menarik pelanggan/konsumen. Gambar dibuat pertama-tama ketika makanan selesai dimasak dan disajikan untuk diambil gambarnya yang diabadikan hingga saat ini[71]. Menurut mas Fauzi, salah satu karyawan di rumah makan tersebut, memang sering terjadi complain dari pembeli mengenai perbedaan menu dengan aslinya.

Namun tidak semua menu disertai dengan gambar karena begitu banyaknya menu. Pengambilan gambar ini tidak murni dari yang ada. Gambar yang didapat dari pemotretan makanan yang dicetak dan dibuat lebih banyak, lebih indah nuansanya dan lebih menarik. Seperti contohnya menu makanan nila bakar. Di dalam menu bergambar disajikan empat nila bakar beserta hiasan yang menarik dan termasuk dalam daftar menu paket porsi 1 orang sudah termasuk nasi, lalapan dan sambal. Akan tetapi setelah dipesan, menu yang ditampilkan di dalam draft berbeda dengan yang aslinya, dimana yang semula 4 ternyata hanya 1. Misalnya lagi menu sup iga bakar, dimana ditampilan draft iga bakar tersedia 6 potong namun setelah dipesan hanya ada

[71] Prasetyo, Wawancara, Ponorogo, 19 Agustus 2016.

3 potong iga bakar beserta sup, nasi, lalapan, dan sambal. Menurut sang manajer, hal ini dibuat bukan untuk menipu atau mengelabui pelanggan, tetapi bertujuan untuk menarik pelanggan.

Berbeda dengan pendapat ibu Susi pembeli dari Ponorogo dan Bapak Agus Prasetyo pembeli dari Tambak Bayan Ponorogo, bahwa menu bergambar yang disediakan dirumah makan tersebut memang sebagian yang berbeda dengan yang ada di draft menu bergambar[72]. Menurut Widya, pihak rumah makan tidak memberikan penjelasan akan menu yang ada di gambar. Pelayan/karyawan akan menjelaskan jika ada pelanggan yang bertanya[73].

[72] Susi dan Agus Prasetyo, Wawancara, Ponorogo, 15 Agustus 2016.
[73] Widya, Wawancara, Ponorogo, 16 Agustus 2016.

# BAB IV

# ANALISIS ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP PELAYANAN PELANGGAN DI RUMAH MAKAN JOGLO MANIS PONOROGO

Pelaku-pelaku bisnis diharapkan bertindak secara etis dalam berbagai aktivitasnya yaitu usaha yang dia lakukan harus mampu membuat dan meningkatkan kepercayaan pada diri seseorang. Kepercayaan dan kejujuran merupakan sifat yang langka dan nyaris hilang dalam dunia praktik ekonomi dan bisnis saat ini. Maka tidak heran apabila kemudian muncul stigma bahwa kalau tidak mengikuti arus, usaha akan mandek dan sulit dilakukan. Kenyataan ini menunjukkan keimanan kepada Allah telah hilang dari diri umat sehingga mereka menjadi pesimis, egois dan menghalalkan apa saja demi melampiaskan keinginannya.[74]

Selain itu, etika bisnis Islam diartikan dimana bisnis sebagai usaha manusia untuk mencari keridhaan Allah SWT, yang mana dalam melakukan bisnisnya pelaku bisnis bertumpu pada prinsip-prinsip etika bisnis Islam, yaitu:

A. Dalam prinsip etika bisnis Islam yang pertama adalah kejujuran. Kejujuran menjadi bukti adanya komitmen akan pentingnya perkataan, tindakan, dan semua yang terkait dengan perikatan dalam sistem ekonomi syari'ah sehingga dapat dijadikan pegangan dalam muamalah.[75].

---

[74] Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, Syariah Marketing (Bandung: PT Mizan Pustaka, 2003), 219.

[75] Sony Warsono Dan Jufri, Akuntansi Transaksi Syariah Akad Jual Beli Di Lembaga Bukan Bank (Yogyakarta: Asgard Chapter, 2011), 7.

Bisnis tidak akan bisa bertahan lama dan berhasil jika tidak didasarkan atas kejujuran terlebih kejujuran dalam penawaran barang atau jasa dengan mutu dan harga yang sebanding. Dari kejujuran itu akan melahirkan kepercayaan terlebih terhadap konsumen. kepercayaan merupakan modal yang tersembunyi yang seyogyanya dibangun dan dipertahankan oleh semua pelaku bisnis. Modal dalam arti fisik (financial) akan kehilangan maknanya apabila modal kepercayaan telah hilang dalam aktifitas bisnis. Sebaliknya, kekurangan modal (uang) masih bisa ditanggulangi oleh seorang pebisnis selama ia masih mempu mempertahankan nilai kepercayaan di mata orang lain.[76]

Salah satu kualitas pelayanan yang banyak dijadikan acuan dalam riset pemasaran adalah service quality, yaitu perbandingan antara kenyataan dengan harapan pelanggan/konsumen. Jika kenyataan yang diterima lebih dari yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan bermutu dan konsumen akan merasa puas. Sebaliknya jika kenyataan kurang dari yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan tidak bermutu.[77]

Dalam proses layanan, ada tiga hal penting yang harus diperhatikan yaitu:

4. Penyedia layanan, yaitu pihak yang memberikan suatu layanan tertentu kepada konsumen, baik berupa layanan dalam bentuk penyediaan dan penyerahan barang dan jasa.

---

[76] Muhammad Djakfar, Etika Bisnis Menangkap Spirit Ajaran Langit Dan Pesan Moral Ajaran Bumi (Jakarta: Niaga Swadaya, 2012), 38.

[77] Nur Riyanto Al-Arif, Dasar-Dasar Ekonomi Islam (Solo: PT. Era Adicitra Intermedia, 2011), 213.

5. penerima layanan, yaitu mereka yang disebut sebagai konsumen atau pelanggan yang menerima layanan dari penyedia layanan.
6. Jenis dan bentuk layanan, yaitu baik berupa layanan jasa dan barang.[78]

Dari data yang diperoleh penulis melalui wawancara dengan sebagian pelanggan yang singgah di rumah makan tersebut, jika ditanya mengenai pelayanan informasi berupa draft menu bergambar yang disediakan di rumah makan tersebut, penulis menemukan beberapa pendapat dari pelanggan diantaranya:

Menurut ibu Susi pelanggan rumah makan dari Ponorogo dan Bapak Agus Prasetyo pelanggan dari Tambak Bayan Ponorogo, bahwa menu bergambar yang disediakan dirumah makan tersebut hanya sebagian yang berbeda dengan yang ada di draft menu bergambar.[79] Menurut Widya, pihak rumah makan tidak memberikan penjelasan akan menu yang ada di gambar. Pelayan/karyawan akan menjelaskan jika ada pelanggan yang bertanya.[80]

Menurut pelanggan lain yang bernama Bapak Riyanto, beliau setuju dengan penyediaan beraneka menu yang tersedia didalam draft menu bergambar yang ada dirumah makan tersebut karena selain memudahkan dalam memilih menu yang beraneka ragam, menu bergambar tersebut juga membantunya untuk mengetahui tampilan menu yang akan dipesannya.[81]

Berbeda ketika penulis mewancarai manajer Joglo Manis Ponorogo yaitu Bapak Hadi Prasetyo. Menurut beliau, memang terdapat beberapa menu

---

[78] Ibid., 213-214.
[79] Susi dan Agus Prasetyo, Wawancara, Ponorogo, 15 Agustus 2016.
[80] Widya, Wawancara, Ponorogo, 16 Agustus 2016.
[81] Riyanto, Wawancara, Ponorogo, 15 Agustus 2016.

bergambar yang dibuat dengan tampilan berbeda dari aslinya. Hal ini dikarenakan, sebagian gambar dibuat sebagai menu besar untuk 1 porsi keluarga. Selain itu, menu bergambar dibuat untuk mempermudah pelanggan melihat tampilan sebelum menu dipesan dan juga untuk menarik pelanggan. Gambar dibuat pertama-tama ketika makanan selesai dimasak dan disajikan untuk diambil gambarnya yang diabadikan hingga saat ini.[82]

Namun tidak semua menu disertai dengan gambar karena begitu banyaknya menu. Pengambilan gambar ini tidak murni dari yang ada. Gambar yang didapat dari pemotretan makanan yang dicetak dan dibuat lebih banyak, lebih indah nuansanya dan lebih menarik. Seperti contohnya menu makanan nila bakar. Di dalam menu bergambar Ketika pelanggan yang singgah dirumah makan joglo manis mampir ke "Joglo Manis", karyawan akan memberikan produk yang tersedia di draft menu makanan bergambar. Karena tidak semua pelanggan akan menanyakan secara langsung mengenai menu yang akan dipesan. Terlebih untuk pelanggan baru, tidak jarang juga yang hanya mengandalkan gambar yang ada karena menurut mereka gambar tersebut sudah mewakili nama makananan/minuman tanpa mereka harus meminta penjelasan dari karyawannya.[83]

Dari hasil wawancara dengan salah satu karyawan yang mewakili rumah makan yaitu mas Tedi yang berasal dari polorejo Ponorogo disajikan empat nila bakar beserta hiasan yang menarik. Menurut sang manajer, hal ini

[82] Prasetyo, Wawancara, Ponorogo, 19 Agustus 2016.
[83] Penulis, Observasi, Ponorogo, 15 Agustus 2016.

dibuat bukan untuk menipu atau mengelabui pelanggan, tetapi bertujuan untuk menarik pelanggan.

Yang sudah bekerja di rumah makan tersebut selama kurang lebih 5 tahun. Menurutnya, memang banyak terjadi komplain/ kekecewaan yang terjadi akibat salah order seperti ketidaksesuaian gambar dengan yang asli, ataupun pelayanan yang kurang cepat. Karena pelanggan memesan sesuai nama yang ada di dalam draft menu dan ternyata ada ketidaksesuaian antara menu dengan yang dipesan. Karyawan akan menjelaskan gambar makanan/minuman yang ada di dalam draft menu dengan menunjukkan isi dan namanya.[84]

Berdasarkan analisa di atas, dapat disimpulkan bahwa pelayanan dalam bentuk draft menu bergambar berdasarkan prinsip kejujurannya tidak sesuai dengan etika bisnis Islam. Karena salah satu kualitas pelayanan yang baik adalah perbandingan antara kenyataan dengan harapan pelanggan/konsumen. Jika kenyataan yang diterima lebih dari yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan bermutu dan konsumen akan merasa puas. Sedangkan menu yang diberikan di rumah makan Joglo Manis sebagian tidak sesuai dengan yang tertera di draft menu bergambar.

[84] Tedi, Wawancara, Ponorogo, 8 Agustus 2016.

B. Prinsip yang kedua adalah Seorang pelaku bisnis harus bersikap ramah tamah dalam melakukan bisnis. Selain ramah tamah, perilaku sopan dalam berbisnis dengan siapapun juga tetap harus diterapkan. Berbicara dengan ucapan dan ungkapan yang baik walaupun dengan orang yang berpakaian compang camping dan hitam legam sekalipun.[85] Menurut bapak Hadi selaku manajer, setiap karyawan diharuskan menerapkan 3S yaitu salam, senyum, sapa.[86]

Etika pelayanan adalah perilaku petugas pelayanan (customer servise) dalam memenuhi apa yang diinginkan atau diharapkan konsumen. Etika pelayanan bertitik tolak pada perilaku petugas pelayanan (customer servise) dalam berbagai hal dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan memperhatikan mana yang baik dan mana yang buruk, mana yang benar dan mana yang salah.[87]

Dari hasil wawancara penulis dengan sebagian pelanggan seperti ibu Susi, Widya, Riyanto dan Bapak Agus Prasetyo yang berkunjung, ketika memberikan pelayanannya kepada pelanggan yang berkunjung, merasa sudah merasa terpuaskan dengan pelayanan di rumah makan tersebut karena selain karyawannya ramah dalam melayani juga cepat dalam memberikan sajian.[88] Berdasarkan analisa di atas, dapat disimpulkan bahwa secara prinsip keramahtamahan, pelayanan yang diberikan sudah sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam yaitu pelaku bisnis harus bersikap ramah tamah dalam melakukan bisnis.

---

[85] Ali Hasan, Manajemen Bisnis Syariah Kaya Di Dunia Terhormat Di Akhirat (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), 189.

[86] Prasetyo, Wawancara, Ponorogo, 19 April 2016.

[87] Al-Arif, Dasar-Dasar, 212.

[88] Susi, Widya ,Dan Agus, Ponorogo, Wawancara, 15 Agustus 2016.

C. Prinsip ketiga adalah komoditi yang dijual suci dan halal. Menurut Peggy Laambing dan Charles L. Kuchl, keunggulan bersaing terletak pada perbedaan perusahaan tersebut dengan pesaing dalam hal:

7. Kualitas yang lebih baik
8. Harga yang lebih murah dan bisa ditawar
9. Lokasi yang lebih cocok, lebih dekat, dan lebih cepat.
10. Seleksi barang dan jasa yang menarik
11. Pelayanan yang lebih menarik dan lebih memuaskan konsumen
12. Kecepatan, baik dalam pelayanan maupun penyaluran barang.[89]

Wirausahawan mengetahui bahwa salah satu cara terbaik untuk mempertahankan pelanggan dan menarik pelanggan baru adalah dengan menyajikan pelayanan yang lebih baik yang tidak tertandingi oleh pesaing lain.

Menurut informasi dari manajer, bapak Hadi Prasetyo, jika memang ada pelanggan yang ingin melihat bahan-bahan yang akan dimasak ataupun disajikan diperbolehkan untuk melihat ke dapur langsung. Berdasarkan analisa di atas, dapat disimpulkan bahwa pelayanan informasi menu bergambar sudah sesuai dengan etika bisnis Islam yaitu informasi kehalalan bahannya karena diperbolehkan untuk melihat bahan/cara memasaknya di dapur. Dapur yang tersedia cukup rapi dan bersih.

[89] Muhammad Ismail Yusanto Dan Muhammad Karebet Widjajakusuma, Menggagas Bisnis Islami (Jakarta: Gema Insani Press, 2002), 169.

# BAB V

# PENUTUP

## A. Kesimpulan

Pelayanan pelanggan di rumah makan Joglo Manis Ponorogo dapat disimpulkan bahwa berdasarkan prinsip etika bisnis Islam yang menjadi tumpuan bisnis Islami antara lain kejujuran, adalah bahwa pelayanan dalam bentuk draft menu bergambar berdasarkan prinsip kejujurannya tidak sesuai dengan etika bisnis Islam. Karena salah satu kualitas pelayanan yang baik adalah perbandingan antara kenyataan dengan harapan pelanggan/konsumen. Jika kenyataan yang diterima lebih dari yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan bermutu dan konsumen akan merasa puas. Sedangkan menu yang diberikan di rumah makan Joglo Manis sebagian tidak sesuai dengan yang tertera di draft menu bergambar. sedangkan berdasarkan prinsip keramahtamahan dalam memberikan pelayanan, rumah makan Joglo Manis sudah sesuai dengan etika bisnis Islam karena dalam melayani konsumen selalu menerapkan 3S yaitu salam, senyum, dan sapa. Pelayanan yang diberikan kepada konsumen dari bahan menu yang disediakan Berdasarkan prinsip serta komoditi yang dijual suci dan halal sudah sesuai dengan etika bisnis Islam karena memang bahan-bahan yang digunakan diperoleh dari pasar sekitaran Ponorogo.

## B. Saran

1. Dalam melakukan strategi pemasaran untuk menarik pelanggan dengan berbagai cara salah satunya adalah menu bergambar, seharusnya melaksanakan sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis islam sebagaimana yang telah diajarkan oleh Rasulullah, apalagi ini semua menyangkut semua pelanggan muslim yang singgah di rumah makan tersebut.
2. Manajer hendaknya lebih memperhatikan karyawan dalam melakukan pelayanan agar pelanggan/konsumen mendapatkan peayanan yang memuaskan dan juga karyawan mampu memberikan pelayanan secara adil.

PONOROGO

## DAFTAR PUSTAKA

A'yunina, Qurrata. Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Buah Dalam Kemasan Di Terminal "Anjuk Ladang" Kabupaten Nganjuk. Skripsi, STAIN, Ponorogo, 2012.

Ahmad, Mustaq. Etika Bisnis dalam Islam. Jakarta: Pustaka Al-kausar , 2001.

Al-Alwani, Taha Jabir. Bisnis Islam. Yogyakarta: AkGroup, 2005.

Al-Arif, Nur Riyanto. Dasar-Dasar Ekonomi Islam. Solo: PT. Era Adicitra Intermedia, 2011.

Alma, Buchari. Ajaran Islam dalam Bisnis. Bandung: Alfabeta,1994.

Almanshur, Djunaidi Ghony Dan Fauzan. Metode Penelitian Kualitatif. Yogyakarta: Ar-Ruz Media, 2012.

Assegaf, Abd. Rachman. Desain Riset Sosial-Keagamaan Pendekatan Integrasi-Interkonektif. Yogyakarta: Gama Media, 2007.

At Tirmidzi, Muhamad Isa Bin Surah. Tarjamah Sunan At Tirmidzi. Terj. Moh Zuhri. Semarang, CV Asy Syifa', 1992.

Buchari, Veithzal Rivai Dan Andi. Islamic Economics Ekonomi Syariah Bukan Opsi Tetapi Solusi. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2013.

Damanuri, Aji. *Metodologi Penelitian Mu'amalah*. Ponorogo: STAIN PO Press, 2010.

Departemen Agama Republik Indonesia. Al-*Qur'an Dan Tafsirnya*. Yogyakarta: Dana Bakti Wakaf Universitas Islam Indonesia, 1995.

Dja'far, Muhammad. Agama, Etika, Dan Ekonomi Wacana Menuju Pengembangan Ekonomi Rabbaniyah. Malang: UIN-Malang Press, 2007.

Djakfar, Muhammad. Etika Bisnis Menangkap Spirit Ajaran Langit Dan Pesan Moral Ajaran Bumi. Jakarta: Penebar Plus, 2012.

Fauroni, Lukman. Etika Bisnis Dalam Al-*Qur'an*. Yogyakarta: Pustaka Pesantren-LKiS, 2006.

Hasan, Ali. Manajemen Bisnis Syariah Kaya Di Dunia Terhormat Di Akhirat. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009.

Hasan, Ali. Marketing Bank Syariah. Bogor: Ghalia Indonesia, 2010.

http://kajianpustaka.com/kualitas-pelayanan-pelanggan.html.

http://maydaafifah18.blogspot.co.id/prinsip-otonomi-kejujuran-dan-keadilan.html
http://rajapresentasi.com/2009/04/lima-aspek-kunci-dalam-pelayanan-pelanggan-customer-service/

Husain, Q Abdullah Abdul. Ekonomi Islam Prinsip, Dasar Dan Tujuan. Yogyakarta: Magistra Insani Press, 2004.

Jufri, Sony Warsono Dan. Akuntansi Transaksi Syariah Akad Jual Beli Di Lembaga Bukan Bank. Yogyakarta: Asgard Chapter, 2011.

Khofsah, Sholihatin. Etika Bisnis Islam Dalam Periklanan Studi Kasus Praktik Periklanan Di Radio Gema Surya Ponorogo. Skripsi, STAIN, Ponorogo,2014.

Kunaifi, Wawan. Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Kayu Di UD. Jati Makmur Desa Rejosari Kecamatan Kebonsari Kabupaten Madiun. Skripsi, STAIN, Ponorogo, 2014.

Muhammad. Etika Bisnis Islam. Yogyakarta: YKPN, 2004.

Prastowo, Andi. Metode Penelitian Kualitatif Dalam Perspektif Rancangan Penelitian. Jakarta: Ar-Ruzz Media, 2014.

Priansa, Buchari Alma Dan Donni Juni. Manajemen Bisnis Syariah. Bandung: CV Alfabeta, 2009.

Qordhawi, Yusuf. Norma dan Etika Ekonomi Islam. Jakarta: Gema Insani, 1997.

Rifai, Veithzal. Islamic Marketing Membangun Dan Mengembangkan Bisnis Dengan Praktek Marketing Rasulullah SAW. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2012.

Rifai,Veithzal dkk. Islamic Bussines And Economic Ethics Mengacu Pada Al-*Qur'an Dan Mengikuti Jejak*-Jejak Rasulullah SAW Dalam Bisnis, Keuangan Dan Ekonomi. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2012.

Salam, Buharnuddin. Etika Sosial. Jakarta :Rineka Cipta, 1994.

Sarwono, Jonathan. Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006.

Sofyan, Riyanto. Bisnis Syariah Mengapa Tidak. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2011.

Sula, Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir. Syariah Marketing. Bandung: PT Mizan Pustaka, 2003.

Sulistyoningsih. Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Strategi Pemasaran Simpanan Mudharabah BMT Muamalah Mandiri Pacitan. Skripsi, STAIN, Ponorogo, 2013.

Suwandi, Basrowi. Memahami Penelitian Kualitatif. Jakarta: ineca Cipta, 2008.

Tanjung, Didin Hafiddudin Dan Hendri. Manajemen Syariah Dalam Praktek. Jakarta: Gema Insani Press, 2003.

Widjajakusuma, Muhammad Ismail Yusanto Dan Muhammad Karebet. Menggagas Bisnis Islami. Jakarta: Gema Insani Press, 2002.

Yusanto Dan Wijdajakusuma. Manajemen Strategis Perspektif Syariah. Jakarta: Khairul Bayan, 2003.