

PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM PADA PELAYANAN  
CUSTOMER SERVICE

(Studi Pada PT. Pos Indonesia KCP Magetan)

SKRIPSI



Oleh :

Violina Dwi Ratnasari

NIM 401190325

JURUSAN EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO

2023

**PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM PADA PELAYANAN  
CUSTOMER SERVICE (Studi Pada PT. Pos Indonesia KCP Magetan)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana  
Ekonomi Program Strata Satu (S-1)**



Oleh :

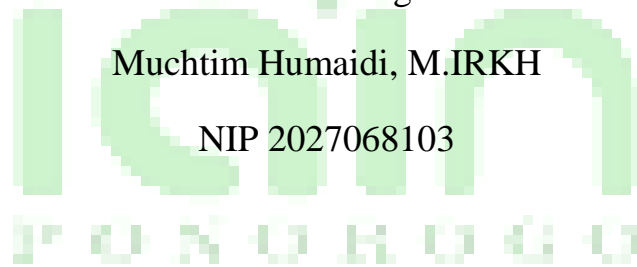
Violina Dwi Ratnasari

NIM 401190325

Pembimbing :

Muchtim Humaidi, M.IRKH

NIP 2027068103



**JURUSAN EKONOMI SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**

2023

## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Violina Dwi Ratnasari

NIM : 401190325

Jurusan : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul :

Analisis Etika Bisnis Islam Pada Pelayanan Customer Service (Studi PT.Pos Indonesia KCP Magetan)

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Ponorogo, 27 April 2023

Pembuat Pernyataan,



Violina Dwi Ratnasari

NIM 401190325



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jl. Puspita Jaya desa Pintu Jenangan Ponorogo

### LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa skripsi atas nama :

NO	NAMA	NIM	JURUSAN	
1	Violina Dwi Ratnasari	401190325	Ekonomi Syariah	Analisis Etika Bisnis Islam Pada Pelayanan Customer Service (Studi PT.Pos Indonesia KCP Magetan)

Telah selesai melaksanakan bimbingan, dan selanjutnya disetujui untuk diujikan pada ujian skripsi.

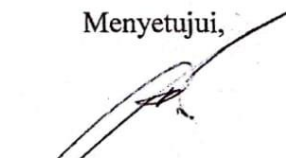
Ponorogo, 27 April 2023

Mengetahui,

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

  
Dr. Lunur Prasetyo, M.E.I  
NIP. 197801122006041002

Menyetujui,

  
Muchtim Humaidi, M.IRKH  
NIP. 2027068103



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jl. Puspita Jaya desa Puntu Jenangan Ponorogo

### LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI


Naskah skripsi berikut ini :

Judul : Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pelayanan Customer Service (Studi Pada PT. Pos Indonesia KCP Magetan)  
Nama : Violina Dwi Ratnasari  
NIM : 401190325  
Jurusan : Ekonomi Syariah


Telah diujikan dalam sidang *Ujian Skripsi* oleh Dewan penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam bidang Ekonomi.

#### Dewan Penguji

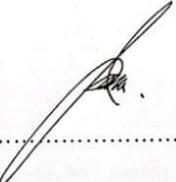
Ketua Sidang  
Iza Hanifuddin., M.Ag., Ph.D.  
NIP 19690624198031002

:   
(.....)

Penguji I  
Unun Roudlotul Janah, M.Ag.  
NIP 197507162005012004

:   
(.....)

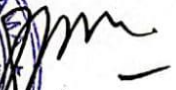
Penguji II  
Mughtim Humaidi., M.IRKH.  
NIP 2027068103

:   
(.....)

Ponorogo, 07 September 2023

Mengesahkan,



  
Hadi Aminuddin, M.Ag.  
197207142000031005

## LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Violina Dwi Ratnasari  
NIM : 401190325  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Judul Skripsi/Tesis : Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pelayanan Customer Service (Studi Pada PT.Pos Indonesia KCP Magetan)

Menyatakan bahwa naskah skripsi telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di **etheses.iain.ponorogo.ac.id**. Adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dapat dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 10 September 2023  
Pembuat Pernyataan,



Violina Dwi Ratnasari  
NIM 401190325

## ABSTRAK

**Ratnasari, Violina Dwi.** Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pelayanan Customer Service (Studi Pada PT. Pos Indonesia KCP Magetan). *Skripsi*, 2023. Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Pembimbing : Muchtim Humaidi, M.IRKH.

**Kata Kunci :** Etika Bisnis Islam, Pelayanan, Customer Service.

Pelayanan merupakan usaha untuk melayani atau pemenuhan kebutuhan orang lain secara langsung. Pada kegiatan pelayanan perusahaan harus menyiapkan karyawan yang berkompeten, handal, dan dapat dipercaya dalam menangani keluhan para pelanggan. Dalam hal ini ujung tombak dalam dunia pelayanan adalah customer service. Customer service adalah orang yang memberikan pelayanan kepada pelanggan pada saat ataupun setelah melakukan pembelian produk dan layanan. Penelitian ini didasarkan pada pelayanan customer service PT.Pos Indonesia KCP Magetan masih belum efektif dilakukan. Peneliti tertarik untuk meneliti terkait banyak kasus keluhan dan hambatan mengenai keterlambatan pengiriman paket. Jika paket yang dikirim oleh pelanggan tidak sampai tepat waktu. Tujuan dilaksanakan penelitian ini untuk mengetahui etika bisnis Islam pada pelayanan customer service PT.Pos Indonesia KCP Magetan

Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif yang bertujuan untuk menjawab pertanyaan mengenai etika bisnis islam pada pelayanan customer service. Pendekatan kualitatif merupakan metode penelitian dengan data deskriptif berupa bahasa tertulis maupun lisan. Sumber data yang digunakan adalah berupa data primer dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara pada tempat penelitian.

Kesimpulan dari penelitian etika bisnis Islam pada pelayanan customer service PT. Pos Indonesia KCP Magetan dilihat dari prinsip etika bisnis islam telah diterapkan antara lain prinsip kejujuran bahwa pelayanan customer service pada saat memberikan informasi telah berdasarkan prinsip kejujuran. Prinsip bertanggung jawab customer service selalu menyelesaikan keluhan hingga teratasi. Berdasarkan prinsip kompetensi yang sehat, customer service selalu menerapkan pelayanan dengan cara melakukan promosi bisnis yang sehat atau melakukan kerjasama pengiriman surat maupun barang. Pada prinsip keadilan pelayanan customer service sudah menerapkan pelayanan yang adil terhadap pelanggan. Sedangkan pada kendala pelayanan banyak terjadi pada kasus pengiriman yang terlambat karena cuaca buruk, penerima paket tidak ada dirumah, atau kemacetan di jalan



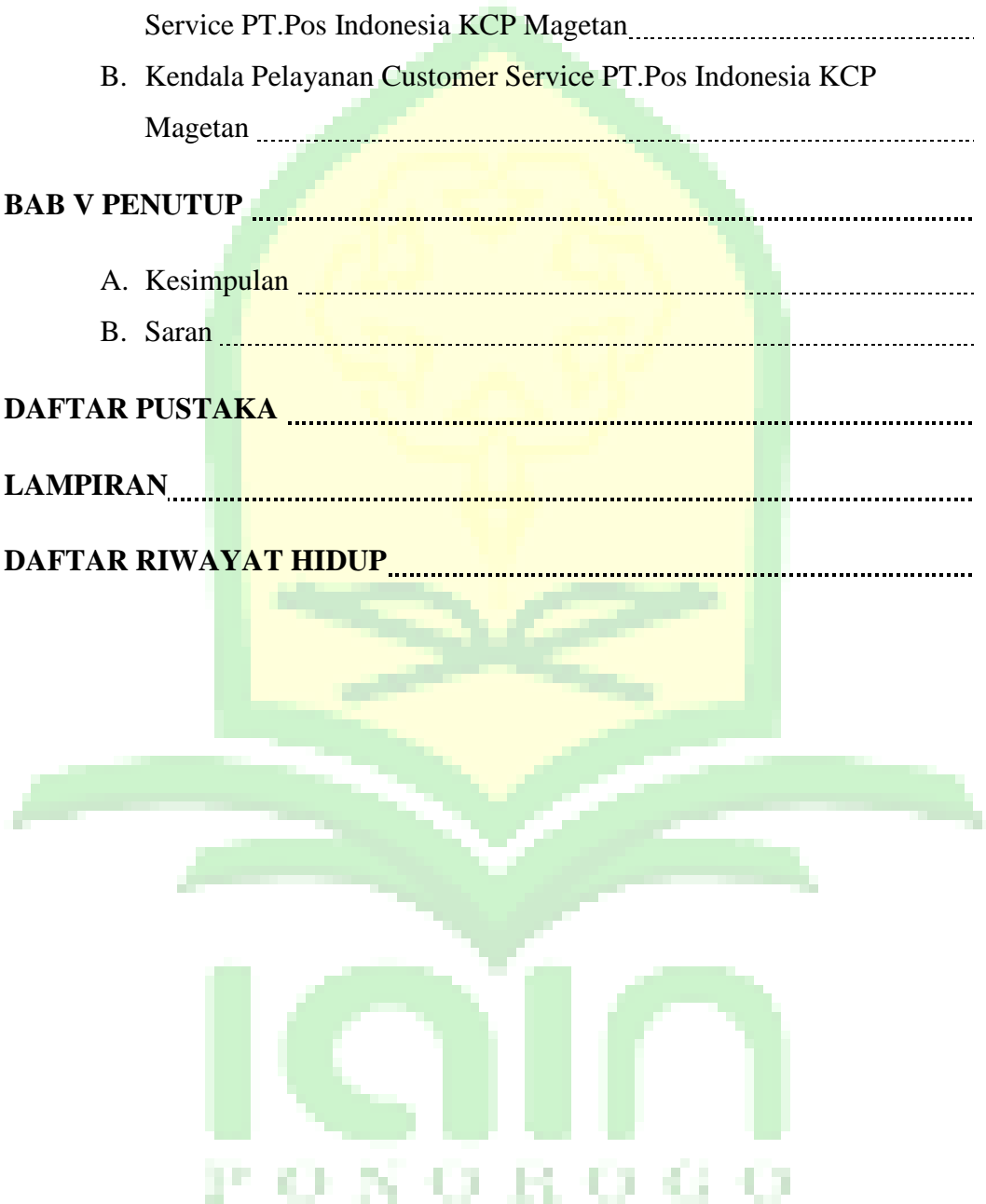
## DAFTAR ISI

<b>COVER</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI</b> .....	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	<b>v</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat Penelitian .....	8
E. Studi Penelitian Terdahulu .....	9
F. Metode Penelitian .....	14
1. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	14
2. Kehadiran Peneliti .....	15
3. Lokasi Penelitian .....	16
4. Data dan Sumber Data .....	16
5. Teknik Pengumpulan Data .....	17
6. Teknik Pengolahan Data .....	20
7. Teknik Analisis Data .....	20
8. Teknik Pengecekan Keabsahan Data .....	22
G. Sistematika Pembahasan .....	24



<b>BAB II DASAR, FUNGSI DAN TUJUAN, PRINSIP ETIKA BISNIS ISLAM DAN PELAYANAN</b> .....	<b>26</b>
A. Etika Bisnis Islam .....	26
1. Pengertian Etika Bisnis Islam .....	26
2. Dasar Hukum Etika Bisnis Islam .....	30
3. Fungsi dan Tujuan Etika Bisnis Islam .....	32
4. Prinsip Etika Bisnis Islam .....	33
B. Pelayanan .....	36
1. Pengertian Pelayanan .....	36
2. Dasar-dasar Pelayanan .....	39
3. Pelayanan yang Baik .....	42
4. Cara Meningkatkan Kualitas Pelayanan .....	44
5. Kendala Pelayanan .....	46
6. Solusi Menangani Kendala Pelayanan .....	47
C. Customer Service .....	48
1. Pengertian Customer Service .....	48
2. Karakteristik Customer Service yang Baik .....	49
3. Etika Customer Service .....	50
<b>BAB III PAPARAN DATA</b> .....	<b>52</b>
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	52
1. Sejarah PT.Pos Indonesia .....	52
2. Visi dan Misi PT.Pos Indonesia .....	54
3. Budaya Perusahaan .....	54
4. Struktur Organisasi PT.Pos Indonesia KCP Magetan .....	55
B. Etika Bisnis Islam Pada Perilaku Pelayanan Customer Service PT.Pos Indonesia KCP Magetan .....	59
C. Kendala Pelayanan Customer Service PT.Pos Indonesia KCP Magetan .....	67
D. Solusi yang dilakukan Customer Service dalam Menangani Keluhan Pelanggan PT.Pos Indonesia KCP Magetan .....	68

<b>BAB IV ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM PADA PELAYANAN CUSTOMER SERVICE (STUDI PADA PT.POS INDONESIA KCP MAGETAN)</b> .....	<b>70</b>
A. Analisis Etika Bisnis Islam Pada Perilaku Pelayanan Customer Service PT.Pos Indonesia KCP Magetan.....	70
B. Kendala Pelayanan Customer Service PT.Pos Indonesia KCP Magetan .....	77
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	<b>81</b>
A. Kesimpulan .....	81
B. Saran .....	82
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>83</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>87</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>98</b>



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Secara umum, bisnis merupakan kegiatan individu, atau sebuah organisasi yang memproduksi dan menjual barang dan jasa yang memperoleh keuntungan untuk pemenuhan kebutuhan masyarakat. Dalam dunia perdagangan, bisnis merupakan hal yang terpenting dalam kehidupan seseorang. Setiap orang membutuhkan kekayaan dan kemakmuran untuk memenuhi kebutuhannya. Dengan tujuan ini, setiap orang bersaing mencari kekayaan melalui cara dengan berbisnis. Oleh karena itu, Islam mewajibkan umatnya untuk selalu bekerja dalam memenuhi segala kebutuhan hidupnya. Selain itu, Nabi SAW adalah seorang pengusaha sukses di masa mudanya. Islam selalu mengajarkan umatnya untuk bekerja keras dan tidak mengemis, suatu bentuk usaha untuk memperoleh keuntungan dan kekayaan yaitu dengan melakukan bisnis. Alquran sebagai pedoman hidup bagi umat manusia telah banyak di dalamnya menganjurkan manusia untuk bekerja keras dan usaha, firman Allah dalam surat At-Taubah:105 :

وَقُلْ أَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عَالَمِ الْعَذَابِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ

*Artinya : Dan Katakanlah “bekerjalah kamu, maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu dan kamu akan*

*dikembalikan kepada allah yang mengetahui akan yang gaib dan nyata, lalu diberitakannya kepada kamu yang telah kamu kerjakan.” (At-Taubah: 105)”<sup>1</sup>*

Dari sudut pandang moral/etika. Bisnis yang baik (good business) adalah bisnis yang baik secara moral. Karena moralitas adalah salah satu arti terpenting dari kata baik, perilaku baik dalam konteks bisnis adalah perilaku yang sesuai dengan norma moral, sedangkan perilaku buruk bertentangan dan menyimpang dari norma moral. suatu kegiatan dikatakan baik jika sesuai dengan standar etika dalam hal makna kegiatan tersebut.<sup>2</sup> Ada pandangan di masyarakat bahwa jika kita terlalu jujur, menjunjung tinggi nilai-nilai etika, selalu bekerja sesuai aturan dan mendahulukan orang lain, atau dengan kata lain jika kita menganggap etika terlalu serius, tentu hal ini akan mengakibatkan biaya yang dikeluarkan lebih tinggi dan modal yang lebih sedikit masuk ke perusahaan.<sup>3</sup>

Etika bisnis Islami merupakan suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan salah sehingga dapat melakukan hal yang benar dalam berbisnis. Konsep umum dan standar perilaku etis, tanggung jawab dan etika yang berlaku. Fakta bahwa etika bisnis Islam adalah praktik atau budaya etika yang terkait dengan kegiatan bisnis suatu perusahaan,. etika bisnis Islam adalah studi tentang seseorang atau organisasi yang bergerak dalam kegiatan bisnis yang saling menguntungkan sesuai dengan nilai-nilai

---

<sup>1</sup> Imroatus Sholiha, 'Bisnis dalam Pandangan Islam', *Iqtishodiyah : Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 5.2 (2019), 2

<sup>2</sup> Eko Sudarmanto, Nofitri Heriyani, dkk, *Etika Bisnis*, (Yayasan Kita Menulis, 2020). 1

<sup>3</sup> Andriasan Sudarso, Erbin Chandra, dkk, *Etika Bisnis: Prinsip dan Relevansinya*, (Yayasan Kita Menulis, 2021). 20

ajaran Islam.<sup>4</sup> Dalam perilaku bisnis, tentunya etika bisnis sangat penting untuk mencapai tujuan bisnis yang diinginkan. Penerapan etika bisnis islami oleh Rasulullah SAW merupakan rumusan etika dalam praktik bisnis yang berlandaskan hukum Islam. Dari sudut pandang Islam, pada dasarnya segala sesuatu yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari manusia di muka bumi ini telah diatur. Ajaran agama Islam mengatur semua aspek kehidupan manusia, termasuk kegiatan ekonomi dan perdagangan.<sup>5</sup>

Yang mana etika bisnis Islam adalah nilai-nilai etika Islami dalam kegiatan bisnis yang telah disajikan dari sudut pandang Al-Quran dan Hadis. Etika bisnis Islam dianggap penting dalam mengembalikan etika dan spiritualitas dalam dunia bisnis. Hanya perusahaan yang mengadopsi standar etika yang terbukti lebih sukses dalam jangka panjang. Karena etika bisnis dapat menciptakan reputasi yang dapat dijadikan sebagai keunggulan bersaing, dan produk yang baik mudah ditiru, tetapi reputasi yang dihasilkan dari penerapan etika akan sulit datandangi. Penerapan nilai-nilai etika bisnis dalam Islam telah menciptakan bangunan bisnis yang tidak hanya bermuara pada keuntungan semata, tetapi lebih menekankan pada pencapaian manfaat jangka panjang atau dunia akhirat.<sup>6</sup>

Etika dapat dilihat dari pelayanan dan perilaku karyawan perusahaan. Pelayanan, dalam kamus bahasa indonesia, adalah suatu hal, cara, atau hasil

---

<sup>4</sup> Angga Syahputra, Etika Berbisnis Dalam Pandangan Islam, *Jurnal At-Tijarah Vol.1 No. 1 Januari – Juni 2019*.

<sup>5</sup> Yunita Rahayu, dkk. Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Pedagang, *Islamic Economics and Finance Journal, April 2022, Vol. 1(1)*.

<sup>6</sup> Sri Mulyono dan Sahban, *Etika Bisnis Islam*, ( CV. Alliv Renteng Mandiri, 2021). 115-

pelayanan. Sedangkan melayani adalah menyugahi (orang) dengan makan, minum, menyediakan keperluan orang, meneguhkan, menerima dan menggunakan. Perilaku, yang dimaksud adalah tindakan melayani pelanggan. Untuk memberikan pelayanan yang baik, kegiatan yang melibatkan pembeli dan karyawan harus ditetapkan. Ini termasuk semua pertemuan pembeli-penjual dari awal sampai akhir. Tutur kata sopan santun karyawan sangat penting. Karyawan tidak boleh pemaarah atau menggerutu tetapi harus ramah, tersenyum bahkan dengan mereka yang menjengkelkan. Tersenyum, menyapa dan menjawab pertanyaan adalah perilaku yang sangat berharga.<sup>7</sup>

Misalnya, pada perusahaan yang bergerak di bidang jasa, terdapat perusahaan yang mengangkut barang, alat bongkar muat, dan sebagainya. Masalah pelanggan adalah yang terpenting dimana perusahaan harus memberikan pelayanan yang maksimal kepada pembeli atau pelanggan. Hal yang sama berlaku untuk perusahaan yang bergerak di bidang pengiriman. Layanan customer service disini sangat penting dalam menangani keluhan yang berkaitan dengan produk dan layanan yang diberikan oleh perusahaan terkait. Selain itu, customer service adalah orang yang langsung berhubungan dengan pelanggan, khususnya melakukan komunikasi, dengan tatap muka atau komunikasi interpersonal. Artinya, seluruh sikap dan tindakan customer service dalam berkomunikasi dengan pelanggan mencerminkan bisnis, baik itu operator call center maupun customer service pelanggan dan tentunya akan membangun citra perusahaan, baik itu positif maupun sebaliknya.

---

<sup>7</sup> Ibid. 36

Tugas dari customer service yaitu memberikan layanan kepada dan menjalin hubungan baik dengan masyarakat, sehingga harus dilayani dengan segala keterampilan, kecekatan, dan ketekunan. Oleh karena itu, keberadaan customer service sangatlah penting dalam sebuah perusahaan. Dari jumlah tersebut, elemen kunci dari keberadaan layanan pelanggan adalah: produk atau layanan aktual yang perlu dikomunikasikan kepada publik, untuk memberikan informasi tentang produk atau layanan dan untuk membangun citra perusahaan, mempromosikan hubungan baik secara internal dan eksternal, memantau keinginan dan kebutuhan pelanggan, dan menyelesaikan keluhan yang timbul.

Demikian pula customer service PT Pos Indonesia Kantor Cabang Pembantu Magetan merupakan perusahaan jasa yang berperan untuk melayani kepentingan umum khususnya di bidang jasa pengiriman barang. maka diperlukan karyawan untuk menginformasikan dan melayani pelanggan. Lokasi customer service PT. Pos Indonesia Kantor Cabang Pembantu Magetan berada paling depan tepatnya di depan loket dan juga berhadapan dengan antrian. Tugas dari customer service sendiri adalah jika terdapat keluhan pelanggan, maka customer service harus merespon dengan baik ketika menerima keluhan pelanggan dan dengan memberikan atau menyelesaikan masalah pelanggan, customer service juga harus menyampaikannya dengan benar. Customer service sendiri dapat dipahami sebagai departemen yang secara langsung menjembatani kesenjangan antara



pelanggan dan bisnis, dalam kaitannya dengan transaksi atau operasional sehari-hari.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti melihat kondisi yang terjadi di lapangan banyak kasus keluhan dan hambatan mengenai keterlambatan pengiriman paket. Jika paket yang dikirim oleh pelanggan tidak sampai tepat waktu, dan tindakan yang harus dilakukan adalah mengecek nomor resi kiriman barang, melalui jaringan internet yang terkoneksi dengan server PT Pos Indonesia Kantor Cabang Pembantu Magetan akhirnya mendapat informasi tentang lokasi paket saat ini. Jika pelanggan menerima maka penanganan komplain dianggap selesai, dan jika pelanggan tetap tidak puas, penanganan keluhan akan tetap dilakukan.<sup>8</sup>

Dalam layanan pelanggan, sering ada kendala terjadi yaitu masalah dengan kantor pos daerah lain, layanan customer service kurang maksimal dalam berkomunikasi, begitu juga dengan kurang maksimal dalam menjalankan peranan dari pelanggan itu sendiri contohnya saat ada komplain dari pelanggan atau ada komplain dari kantor cabang lainnya karena ada kerusakan barang yang terjadi di kantor sebelumnya, customer service harus selalu terhubung komunikasinya dengan kantor cabang lain ataupun paket COD yang sering datang terlambat karena terkendala dari pihak eksternal seperti pelanggan yang tidak ada di rumah. Pada saat ada keluhan dari pelanggan, customer service harusnya dapat menjawab beberapa pertanyaan dari para pelanggan tetapi hal tersebut belum dilakukan maksimal oleh

---

<sup>8</sup> Sinta Kurniawati, *Customer Service* PT. Pos Indonesia, Wawancara pada tanggal 22 Desember 2022

customer service. Dari permasalahan tersebut terkadang ada para pelanggan yang datang langsung ingin menemui atasan dan komplain secara langsung terkait pelayanan. Padahal customer service berguna untuk membantu pelanggan dalam menyelesaikan masalah dengan cepat dan tanggap agar bisa mendapatkan kepercayaan pelanggan. Saat jawaban dari customer service belum mampu meyakinkan para pelanggan, maka pelanggan pun belum merasa puas dengan pelayanan tersebut.<sup>9</sup>

Dari uraian permasalahan di atas, penulis mencoba suatu penelitian dengan judul “Analisis Etika Bisnis Islam Pada Pelayanan Customer Service (Studi PT. Pos Indonesia KCP Magetan)”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka terdapat beberapa rumusan masalah yang diambil oleh peneliti, yaitu :

- a. Bagaimana penerapan etika bisnis Islam pada perilaku pelayanan customer service PT. Pos Indonesia KCP Magetan ?
- b. Bagaimana kendala pelayanan customer service PT.Pos Indonesia KCP Magetan?
- c. Bagaimana solusi customer service dalam menangani keluhan pelanggan PT. Pos Indonesia KCP Magetan?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk menjawab dari rumusan masalah.

Adapun tujuan penelitian tersebut, yaitu :

---

<sup>9</sup> Sinta Kurniawati, *Customer Service* PT. Pos Indonesia, Wawancara pada tanggal 22 Desember 2022

- a. Untuk mengetahui penerapan etika bisnis Islam pada perilaku pelayanan customer service PT. Pos Indonesia KCP Magetan
- b. Untuk mengetahui kendala pelayanan customer service PT.Pos Indonesia KCP Magetan.
- c. Untuk Mengetahui solusi customer service dalam menangani keluhan pelanggan PT.Pos Indonesia KCP Magetan.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dengan harapan dapat memberikan manfaat yaitu sebagai berikut :

- a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara ilmiah yang berguna untuk menambah wawasan dan pengembangan ilmu pengetahuan mengenai penerepan etika bisnis Islam, khususnya pada pelayanan customer service di PT. Pos Indonesia

- b. Manfaat Praktis

- 1) Bagi Penulis

Menambah wawasan dan pengalaman tentang penelitian mengenai penerapan etika bisnis Islam pada pelayanan customer service.

- 2) Bagi Perusahaan

Dapat dijadikan sebagai bahan pembelajaran mengenai penerapan etika bisnis Islam pada pelayanan customer service di perusahaan terkait.

### 3) Bagi Peneliti

Sebagai bahan pijakan dan referensi pada penelitian-penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan penerapan etika bisnis islam pada pelayanan customer service.

## **E. Studi Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu adalah upaya peneliti untuk menemukan perbandingan dan dengan demikian menemukan inspirasi baru untuk penelitian lanjutan, sedangkan penelitian sebelumnya membantu penelitian dapat memposisikan penelitian terbaru dan menunjukkan orisinalitasnya. Pada bagian ini, peneliti mencantumkan hasil penelitian sebelumnya yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan, kemudian merangkumnya. Berikut penelitian terdahulu yang masih relevan dengan topik yang dikaji oleh peneliti.

Penelitian yang dilakukan oleh Muhlshotu Jannati Na'im (2019) yang berjudul "Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Kualitas Pelayanan, Promosi dan Bagi Hasil di BMT Surya Abadi Jenangan Ponorogo", pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Hasil dari penelitian adalah Layanan yang diberikan oleh BMT Surya Abadi berkualitas tinggi, namun menurut etika bisnis Islam layanan yang diberikan tidak sesuai dengan prinsip etika dan kehendak bebas untuk lembaga keuangan mikro model syariah yang menerapkan produk dan layanan konvensional. Pencairan uang kepada nasabah baru dan lama tidak mengikuti prinsip keadilan, tetapi merupakan hak kehati-hatian lembaga keuangan. Kegiatan promosi dan bagi hasil dana mudharabah

sejalan dengan prinsip etika bisnis Islam. Mempraktikkan etika bisnis syariah di BMT Surya Abadi dimaksudkan untuk meningkatkan minat nasabah terhadap BMT Surya Abadi. Peningkatan permintaan dana untuk BMT Surya Abadi masih kurang, karena belum optimal menerapkan prinsip-prinsip fatanah dalam Islam atau etika bisnis profesional sebagaimana yang diilustrasikan Rasulullah.<sup>10</sup> Perbedaan dan persamaan dengan penelitian yang penulis teliti yaitu perbedaannya terdapat pada judul, metode dan lokasi. Persamaannya adalah sama-sama membahas tentang pelayanan.

Penelitian yang dilakukan oleh Tiara Purnama Sari (2021) yang berjudul “Penerepan Etika Customer Service Dalam Memberikan Pelayanan Kepada Nasabah Bank Muamalat Kota Manna Kabupaten Bengkulu Selatan”, pada penelitian menggunakan metode kualitatif. Hasil dari penelitian adalah menerapkan etika customer service dalam memberikan pelayanan kepada nasabah Bank Muamalat Kota Manna, customer service telah menerapkan etika customer service dalam memberikan pelayanan, customer service komunikatif, sopan namun tidak ramah dan bertanggung jawab penuh kepada nasabah, memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik untuk memahami kebutuhan nasabah. Customer service sudah memiliki keterampilan dan pengetahuan tertentu karena tugas customer service selalu bersentuhan dengan pelanggan. Personel layanan pelanggan harus dilatih secara khusus dalam keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan untuk menangani pelanggan dan Kapasitas kerja Keterbatasan penerapan etika customer

---

<sup>10</sup> Muhlishtu Jannati N, Skripsi : “*Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Kualitas Pelayanan, Promosi dan Bagi Hasil di BMT Surya Abadi Jenangan Ponorogo*”, (Ponorogo, IAIN Ponorogo, 2021).

service dalam memberikan pelayanan kepada nasabah Bank Manna Kota Muamalat kendala yang dihadapi customer service dalam pelayanan nasabah adalah kesalahan sistem (offline). Saat proses transaksi, terkadang mesin tiba-tiba hang karena kesalahan sistem. Hal ini akan berdampak negatif pada kinerja pelayanan nasabah karena transaksi nasabah tidak dapat diproses sehingga banyak nasabah yang mengantri dan akan berdampak negatif pada citra nasabah bank, nasabah tidak mau antri dan menginginkan didahulukan.

<sup>11</sup> Pada penelitian tersebut dengan penelitian yang peneliti tulis adanya perbedaan pada judul dan lokasi penelitian. Persamaannya adalah sama-sama membahas tentang pelayanan customer service.

Penelitian yang dilakukan oleh Sri Wahyuni Safitri yang berjudul “Pengaruh Pelayanan Prima dan Etika Bisnis Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat KC Makassar”, pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Hasil dari penelitian adalah berdasarkan hasil analisis data menunjukkan bahwa pelayanan prima berpengaruh negatif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Muamalat KC Makassar. Loyalitas dapat tercipta bila ada kepuasan terhadap produk dan jasa yang digunakan pelanggan. Pelanggan bisa pikirkan layanan yang ingin digunakan ketika layanan prima diberikan secara optimal sebagai keunggulan perbankan syariah. Berdasarkan analisis dan pengolahan data statistik menunjukkan bahwa etika bisnis berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Bank Muamalat KC Makassar. Loyalitas pelanggan dan etika

---

<sup>11</sup> Tiara Purnama Sari, Skripsi : “Penerapan Etika Customer Service Dalam Memberikan Pelayanan Kepada Nasabah Bank Muamalat Kota Manna Kabupaten Bengkulu Selatan”, (Bengkulu, IAIN Bengkulu, 2021).

bisnis memiliki hubungan yang baik, yang terbukti ketika etika bisnis diterapkan di bank syariah, maka akan membangun loyalitas pelanggan karena pelanggan puas dengan bank syariah tersebut.<sup>12</sup> Pada penelitian tersebut terdapat perbedaan dengan penelitian yang peneliti lakukan yaitu terletak pada judul, metode penelitian, jenis penelitian, dan lokasi penelitian. Persamaannya terletak pada sama-sama membahas tentang pelayanan.

Penelitian yang dilakukan oleh A.Indi Zein yang berjudul “Implementasi Konsep Etika Bisnis Islam Dalam Pelayanan Perbankan”, pada penelitian ini termasuk penelitian kepustakaan dengan pendekatan analisis deskriptif. Hasil dari penelitian adalah implementasi konsep etika bisnis islam di dunia perbankan belum sepenuhnya dilaksanakan, karena masih banyak kasus pelanggaran etika dan masih banyak lagi kendala dalam penerapan konsep etika bisnis islam, Misalnya, masih kurangnya pemahaman mengenai integritas etika bisnis islam dan operasionalnya, banyak terjadi perseteruan kepentingan membuat DPS tidak dapat menjalankan fungsinya secara optimal, kurangnya visi dan koordinasi antar pemangku kepentingan dalam mengimplementasikan etika bisnis islam di perbankan, serta kualitas dan kuantitas sumber daya manusia di sektor perbankan syariah belum cukup memahami konsep etika bisnis islam. Jika konsep etika bisnis islam belum diterapkan, ada kekhawatiran bagi pelaku bisnis melakukan di luar prinsip syariah dan jika demikian apa bedanya perbankan syariah dengan perbankan konvensional. Dan terakhir, citra nama perusahaan perbankan syariah akan

---

<sup>12</sup> Sri Wahyuni Safitri, Skripsi : “ *Pengaruh Pelayanan Prima Dan Etika Bisnis Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat KC Makassar*”, (Makassar, UIN Alauddin Makassar, 2021).



menurun, tingkat kepercayaan nasabah juga akan menurun.<sup>13</sup> Perbedaan dengan penelitian yang peneliti lakukan terdapat pada judul, jenis penelitian, dan teknik analisis data. Persamaannya adalah terletak pada sama-sama membahas tentang etika bisnis islam pada pelayanan.

Penelitian yang dilakukan oleh Khoirunnisya yang berjudul, “Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Pelayanan Pada Qifaya AlKarim Tour and Travel di Sukarame Bandar Lampung”, pada penelitian menggunakan metode penelitian kualitatif. Hasil dari penelitian adalah menunjukkan bahwa Qifaya Alkarim Tour and Travel telah mengamalkan etika bisnis Islam sesuai dengan Al Quran dan Al Hadits. Aksioma tauhid dapat dilihat dari hubungan vertikal dengan Tuhan. Aksioma keseimbangan diterjemahkan menjadi adanya hubungan horizontal dengan orang-orang, baik antara karyawan maupun jamaah dengan tujuan kebahagiaan dunia dan akhirat. Aksioma kehendak bebas terlihat dari beberapa indikator yang menunjukkan bahwa dalam Qifaya Alkarim Tour and Travel terdapat kebebasan dalam konsultasi dan transaksi, karena kebebasan mutlak hanya milik Allah. Aksioma tanggung jawab dapat dilihat dari tanggung jawab Qifaya Alkarim Tour and Travel kepada jamaah.<sup>14</sup> Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian yang peneliti teliti terletak pada judul dan lokasi penelitian. Persamaannya terletak pada sama-sama membahas tentang etika bisnis islam pada pelayanan.

---

<sup>13</sup> A.Indi Zein, Skripsi : “*Implementasi Konsep Etika Bisnis Islam Dalam Pelayanan Perbankan*”, (Bone, IAIN Bone, 2020).

<sup>14</sup> Khoirunnisya, Skripsi : “*Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Pelayanan Pada Qifaya Alkarim Tour and Travel di Sukarame Bandar Lampung*”, (Lampung, UIN Raden Intan Lampung, 2022).

Penelitian yang dilakukan oleh Silvi Rosdiana Rahman Putri Yang berjudul “Etika Bisnis Pengusaha Muslim Dalam Membangun Loyalitas Pelanggan Di Toko LA Surabaya”, pada penelitian menggunakan metode kualitatif. Hasil dari penelitian adalah Toko Lawang Agung telah memenuhi standar etika bisnis muslim dan dapat dikatakan berhasil untuk memenangkan loyalitas pelanggan. Standar etika meliputi etika pemasaran Islami yang diterapkan melalui brosur, poster, website, iklan dan radio. Etika pelayanan mengutamakan keunggulan pelayanan, etika kualitas produk Etika yang terjamin dan harga yang sangat terjangkau, keempat aspek etika yang dianut oleh Toko Lawang Agung memenuhi prinsip etika bisnis. Selain itu, peneliti juga menguji pelanggan untuk loyalitas toko untuk menentukan kepercayaan pelanggan di toko melalui tiga langkah-langkahnya adalah memilih toko Lawang Agung, berbelanja, merekomendasikan kepada teman atau orang lain.<sup>15</sup> Pada penelitian tersebut adanya perbedaan dengan penelitian yang peneliti teliti adalah judul, lokasi, teknik pengolahan data. Persamaannya adalah membahas tentang etika bisnis islam

Penelitian yang dilakukan oleh Moch. Choirul Fahmi yang berjudul “Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Membangun Loyalitas Pelanggan di Toko Bursa Sajadah Surabaya”, pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Hasil dari penelitian adalah toko bursa sajadah telah memenuhi standart etika bisnis islam dan dan dapat dikatakan berhasil dalam membangun loyalitas pelanggan. Standar etika tersebut termasuk etika

---

<sup>15</sup> Silvi Rosdiana Rahman Putri, Skripsi : *“Etika Bisnis Pengusaha Muslim Dalam Membangun Loyalitas Pelanggan di Toko LA Surabaya”*, (Surabaya, UIN Sunan Ampel, 2017).

pemasaran islam dilakukan melalui web online, selebaran, brosur dan sosial media yang tetap menjaga kepercayaan dalam menyampaikan informasi yang tepat. Etika pelayanan mengutamakan *service excellent*, etika kualitas produk terjamin dan terjaga, serta harga sangat terjangkau. Empat aspek etika yang diterapkan Toko Bursa Sajadah memenuhi prinsip etika bisnis. Selain itu, peneliti juga menguji pelanggan seberapa loyal pelanggan terhadap toko tersebut. Untuk mengetahui kepercayaan pelanggan terhadap toko tersebut.<sup>16</sup> Perbedaan penelitian ini dengan penelitian peneliti adalah terletak pada teknik pengolahan data dan teknik analisis data. Persamaannya adalah membahas tentang penerapan etika bisnis islam.

## **F. Metode Penelitian**

### **1. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Pendekatan dan jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif, yaitu pendekatan penelitian yang menghasilkan informasi deskriptif berupa data tertulis atau lisan dan perilaku informan yang dapat diamati.<sup>17</sup> Penelitian ini termasuk dalam penelitian lapangan (*field research*) yang pada dasarnya adalah penelitian data dan pengumpulan data dilakukan di tempat terjadinya fenomena atau kejadian tertentu<sup>18</sup> Penelitian lapangan adalah penelitian yang

---

<sup>16</sup> Moch. Choirul Fahmi, Skripsi : “Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Membangun Loyalitas Pelanggan di Toko Bursa Sajadah Surabaya”, (Surabaya, UIN Sunan Ampel, 2019).

<sup>17</sup> Afif Izam Taufik dan Ajeng Wahyuni, Efektivitas Pemberdayaan Zakat Produktif di Laboratorium Zakat, Infak, Sedekah dan Wakaf IAIN Ponorogo, *NIDHOMIYA: Research Journal of Islamic Philanthropy and Disaster* Vol.1, No.1, (2022). 11

<sup>18</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif kualitatif dan R&D*, (Alfabeta Bandung, 2015).

dilakukan secara sistematis dengan mengumpulkan data di lapangan.<sup>19</sup> Jenis penelitian lapangan (*field research*) digunakan untuk mengamati langsung fenomena yang terjadi yaitu tentang etika bisnis islam pada pelayanan customer service PT. Pos Indonesia KCP Magetan untuk mendapatkan hasil yang lebih detail. Dalam penelitian ini pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif, yaitu data yang dikumpulkan tidak dalam bentuk angka melainkan data dari naskah wawancara, catatan lapangan, dokumen pribadi subjek penelitian dan dokumen otoritas lainnya.

## 2. Kehadiran Peneliti

Pada bagian ini, harus disebutkan bahwa peneliti bertindak sebagai alat dan pengumpul data. Oleh karena itu, kehadiran peneliti dalam bidang penelitian kualitatif mutlak diperlukan. Kehadiran peneliti ini harus dideskripsikan dengan jelas dalam laporan penelitian. Perlu dijelaskan apakah peran peneliti sebagai partisipan penuh, pengamat partisipan, atau pengamat penuh. Selain itu, perlu disebutkan apakah keberadaan peneliti diketahui oleh subjek atau informan sebagai peneliti.<sup>20</sup> Kehadiran peneliti sangat diperlukan saat dilapangan gunanya untuk keberhasilan memahami terkait judul yang diteliti, sehingga keterlibatan peneliti secara langsung, aktif dengan informan dengan sumber data yang diperlukan.

## 3. Lokasi/Tempat Penelitian

---

<sup>19</sup> S. Riyanto dan A.A. Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen* (Deepublish, 2020). 4

<sup>20</sup> Amirullah, *Metode & Teknik Menyusun Proposal Penelitian* (Media Nusa Creative (MNC Publishing), 2022) . 78

Pada penelitian ini penulis mengambil lokasi penelitian di PT.Pos Indonesia KCP Magetan. Tepatnya berada di Jl. A. Yani, Dusun Onggoprayan, Kepolorejo Kec. Magetan. Alasan penulis memilih lokasi penelitian tersebut adalah untuk lebih mengetahui tentang penerapan etika bisnis islam pada pelayanan customer service PT.Pos Indonesia KCP Magetan. Selain itu, peneliti sebelumnya telah melakukan kegiatan magang di lokasi tersebut yang kemudian peneliti mengetahui masalah-masalah yang timbul saat pelayanan customer service terhadap keluhan atau complain dari pelanggan. Dalam melakukan pelayanan kepada pelanggan ada banyak keluhan mengenai jasa pengiriman yang sering terlambat. Peneliti ingin mengetahui bagaimana perilaku pelayanan customer service saat menghadapi banyaknya keluhan atau komplain dari pelanggan.

#### 4. Data dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu berdasarkan dari rumusan masalah sebagai berikut:

- 1) Penerapan etika bisnis Islam pada pelayanan customer service PT. Pos Indonesia KCP Magetan
- 2) Kendala pelayanan customer service PT. Pos Indonesia KCP Magetan
- 3) Solusi pelayanan customer service PT. Pos Indonesia KCP Magetan

Untuk menghindari hasil yang subjektif, penelitian kualitatif menggunakan berbagai sumber data. Denzin dan Lincoln (2005) menjelaskan

bahwa sumber data yang digunakan meliputi catatan lapangan, wawancara, percakapan, foto, rekaman audio, dan berbagai artefak, dokumen atau catatan yang ditemukan di tempat kejadian. masing-masing sumber data tersebut direferensi silang sehingga data yang diperoleh dapat diandalkan (*valid*) dan memenuhi persyaratan (*reliable*).<sup>21</sup>

Adapun dalam penelitian ini menggunakan sumber data yaitu customer service, dimana customer service merupakan data primer dalam penelitian ini yang diperoleh melalui observasi atau wawancara secara langsung kepada partisipan. Data primer atau data asli adalah data yang merupakan hasil pengumpulan dari sumber utama. Data ini diperoleh melalui partisipan yaitu orang yang dijadikan subjek penelitian atau orang yang digunakan sebagai sarana untuk memperoleh informasi atau data.<sup>22</sup>

#### 5. Teknik Pengumpulan data

Teknik pengumpulan data merupakan salah satu faktor krusial dan penting yang perlu ditentukan agar penelitian dapat berjalan lebih lancar dan lebih terkontrol. Teknik pengumpulan data adalah teknik atau cara yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data atau informasi beserta fakta pendukung di lapangan untuk kepentingan penelitian.<sup>23</sup> Data penelitian kualitatif biasanya dikumpulkan di lapangan dengan menggunakan berbagai teknik pengumpulan data, misalnya observasi, wawancara, kajian literatur, dll. Teknik pengumpulan data merupakan cara yang paling strategis yang

---

<sup>21</sup> Rukin, *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi* (Jakad Media Publishing). 27

<sup>22</sup> E. Sudarmanto dkk, *Metode Riset Kuantitatif Dan Kualitatif* (Yayasan Kita Menulis, 2022). 98

<sup>23</sup> Sri Wahyuni Hasibuan, dkk. *Metodologi Penelitian Bidang Muamalah, Ekonomi Dan Bisnis* (Media Sains Indonesia, 2021). 138

digunakan peneliti untuk mengumpulkan data berdasarkan tujuan penelitian. Teknik pengumpulan data sangat mempengaruhi hasil atau kesimpulan suatu penelitian. Beberapa teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif antara lain:<sup>24</sup>

1) Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengajukan pertanyaan secara langsung kepada narasumber atau informan yang berkaitan dengan suatu topik penelitian. Wawancara digunakan ketika peneliti ingin mengetahui pengalaman atau pendapat informan tentang sesuatu hal secara mendalam. Keuntungan dari teknik pengumpulan data wawancara adalah peneliti dapat mencari dan memanfaatkan informasi dari waktu ke waktu, yaitu informasi yang berkaitan dengan peristiwa masa lalu, sekarang dan yang akan datang. Wawancara juga dapat digunakan untuk mendemonstrasikan informasi atau keterangan yang diperoleh sebelumnya. Wawancara terbagi menjadi 2, yaitu wawancara terstruktur dan wawancara tidak terstruktur. Dalam wawancara terstruktur, peneliti mengetahui dengan pasti apa atau informasi apa yang ingin didapatkan dari informan. Wawancara dalam penelitian kualitatif, terutama pada tingkat awal, cenderung tidak terstruktur. Tujuannya adalah untuk mendapatkan informasi yang detail dan mendalam tentang pendapat orang lain. Namun, setelah menerima sejumlah informasi, peneliti dapat melakukan wawancara yang lebih terstruktur dan disusun berdasarkan informasi yang

---

<sup>24</sup> F.W. Roosinda,dkk. *Metode Penelitian Kualitatif* (Zahir Publishing). 64-65



diberikan oleh responden.<sup>25</sup> Dalam teknik ini, peneliti menyiapkan pertanyaan untuk diajukan secara sistematis. Wawancara tidak terstruktur adalah wawancara bebas. Peneliti hanya menuliskan poin-poin yang dibutuhkan oleh informan dan dapat diperbesar sesuai dengan kebutuhan data yang diinginkan.<sup>26</sup> Dalam hal ini, peneliti melakukan wawancara terstruktur dengan menyiapkan terlebih dahulu pertanyaan-pertanyaan tertulis. Peneliti akan melakukan wawancara dengan pegawai customer service PT.Pos Indonesia KCP Magetan, guna untuk mencari data atau informasi yang sesuai dengan penelitian.

## 2) Dokumentasi

Dokumentasi merupakan benda atau objek tertulis. Menurut (Sugiyono, 2013) dokumen merupakan rekaman peristiwa yang terjadi dalam bentuk tulisan, gambar, atau karya monumental seseorang.<sup>27</sup> Peneliti menggunakan metode dokumentasi untuk memperoleh data meliputi letak geografis, sejarah, visi misi, tujuan serta struktur organisasi di PT.Pos Indonesia KCP Magetan.

## 6. Teknik Pengolahan Data

Teknik pengolahan data merupakan proses untuk mengolah data dan menafsirkan data yang sudah dianalisis. Proses teknik pengolahan data sebagai berikut:

### 1) Coding data, yaitu proses editing dengan mengumpulkan hasil

---

<sup>25</sup> Aji Damanuri, *Metodologi Penelitian Muamalah*, (Ponorogo: STAIN Po Press, 2010).

<sup>26</sup> Ibid. 65

<sup>27</sup> I.N. Sari, dkk. *Metode Penelitian Kualitatif*, (UNISMA PRESS, 2022).

wawancara dan penelitian lapangan, terlebih dahulu memilah mana data yang dibutuhkan dan mana yang tidak diperlukan.

- 2) Analisis data bertujuan untuk mendapatkan informasi yang relevan dari dalam data yang sudah dikumpulkan dan menggunakan hasil analisis untuk memecahkan masalah.
- 3) Kesimpulan, yaitu menarik kesimpulan dari data yang disajikan. Teori yang dikemukakan oleh beberapa individu, peneliti kemudian menarik kesimpulan dari beberapa teori tersebut dengan bahasanya sendiri.

#### 7. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan pada saat pengumpulan data dan setelah pengumpulan data selesai dalam jangka waktu tertentu. Pada saat wawancara, peneliti melakukan analisis terhadap tanggapan yang ditanyakan. Apabila jawaban atas pertanyaan setelah dianalisis tidak memuaskan, maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan tersebut kembali, sampai periode tertentu, diperoleh data yang dianggap kredibel.

Data dikumpulkan melalui wawancara dan dokumen, kemudian diolah dan dianalisis secara sistematis. Selama pengolahan data, beberapa langkah dilakukan, seperti pengumpulan secara sistematis semua data yang berkaitan dengan gejala atau peristiwa yang diteliti.<sup>28</sup>

Data yang telah dikumpulkan kemudian diklarifikasi ke dalam bagian-

---

<sup>28</sup> Indra Prasetia, dkk. *Metodologi Penelitian Pendekatan Teori Dan Praktik* (umsu press, 2022). 147

bagian tertentu tergantung masalahnya. Kemudian dilakukan analisis data secara cermat untuk menentukan sifat dan penyebabnya. Analisis data adalah upaya mencari solusi yang sesuai dengan gejala atau masalah yang diteliti dalam beberapa kesimpulan dan pernyataan hasil penelitian.<sup>29</sup>

#### 1) Reduksi Data

Data yang diperoleh ditulis dalam bentuk laporan atau data yang terperinci. Laporan yang disusun berdasarkan data yang diperoleh dipersingkat, dirangkum dan dipilih faktor-faktor utama, dengan fokus pada faktor-faktor yang penting. Data dari hasil disusun berdasarkan unit konseptual, topik, dan kategori tertentu yang akan memberikan gambaran hasil yang lebih akurat dan memungkinkan peneliti untuk lebih mudah mencari data sebagai tambahan data yang diperoleh sebelumnya jika diperlukan.<sup>30</sup> Dalam penelitian ini hal yang dilakukan oleh peneliti adalah mereduksi data yang diperoleh dari hasil wawancara. Hasil dari teori yang dikemukakan oleh peneliti kemudian disandingkan dengan fakta yang ada dari hasil wawancara terkait dengan penelitian etika bisnis islam pada pelayanan customer service agar lebih tersusun.

#### 2) Display Data

Data yang diperoleh dikategorikan berdasarkan subjek dan disajikan dalam bentuk matriks sehingga peneliti dapat dengan mudah melihat

---

<sup>29</sup> Ibid. 147-148

<sup>30</sup> M.R. Pahleviannur, dkk. *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Pradina Pustaka, 2022). 30

pola hubungan antara satu data dengan data lainnya.<sup>31</sup> Dengan menyajikan data dan melihat sajian data, peneliti akan memahami apa yang terjadi serta memberikan peluang bagi peneliti untuk mengerjakan sesuatu pada analisis atau tindakan lain berdasarkan pemahamannya. Peneliti menyajikan data berupa pemahaman etika bisnis islam pada pelayanan customer service dari hasil penelitian pada PT. Pos Indonesia KCP Magetan.

#### 8. Teknik Pengecekan Keabsahan Data

Data penelitian kualitatif agar dapat dipertanggungjawabkan dalam bidang ilmiah maka sangat penting untuk pengujian keabsahan data. Teknik untuk pengujian keabsahan data dijelaskan berikut ini;

##### 1) Perpanjangan Pengamatan

Sulit untuk mempercayai hasil penelitian kualitatif jika peneliti hanya mengunjungi lapangan satu kali. Bahkan dengan alasan menghabiskan waktu seharian di lokasi penelitian. Dalam hal ini, peneliti harus memperluas wilayah pengamatannya karena jika peneliti hanya sekali datang ke lapangan akan sulit untuk membangun koneksi dan kesepakatan dengan para partisipan. Waktu perpanjangan pengamatan tergantung pada kedalaman, keluasan, dan kepastian data.<sup>32</sup> Dalam hal ini, peneliti kembali ke lapangan setelah melakukan analisis data dan telah merumuskan sesuai dengan kategori. Peneliti memperpanjang waktu kembali di lapangan dan

---

<sup>31</sup> Ibid. 30

<sup>32</sup> H. Wijaya, *Analisis Data Kualitatif: Sebuah Tinjauan Teori & Praktik* (Sekolah Tinggi Theologia Jaffray, 2019). 134

mengecek kembali kategori-kategori yang telah dirumuskan sebelumnya apakah sesuai dengan perspektif partisipan atau *informant*.

## 2) Ketekunan Pengamatan

Dalam penelitian kualitatif harus mengumpulkan data yang *Benar, Aktual, Akurat, dan Lengkap* (BAAL). Peneliti harus menunjukkan kegigihan dalam mengejar data yang tersedia untuk pengamatan lebih lanjut dan hal yang belum ada terus diupayakan keberadaannya. Dengan meningkatkan kegigihan dan ketekunan, berarti peneliti melakukan pengamatan dengan lebih cermat dan berkesinambungan. Upaya peneliti untuk menggali data lebih dalam dan rinci temuan data hasil dari data setelah menganalisis data. Peneliti harus memeriksa ulang apakah hasil sementara sesuai dan menggambarkan konteks penelitian. Apakah hasilnya cukup menggambarkan konteks penelitian dan perspektif dari partisipan.<sup>33</sup> Untuk meningkatkan ketekunan dalam penelitian ini, peneliti dapat membaca teori maupun hasil temuan data yang telah diteliti. Sehingga data berkesinambungan sesuai dengan teori dan konteks permasalahan pada penelitian.

## 3) Triangulasi

Verifikasi dengan mengecek ulang data penelitian. Verifikasi ulang dapat dilakukan sebelum atau sesudah analisis data.

---

<sup>33</sup> Ibid. 135

Triangulasi dilakukan untuk meningkatkan keandalan dan akurasi data.<sup>34</sup> Peneliti membandingkan hasil wawancara yang diperoleh dari masing-masing narasumber atau informan penelitian, khususnya customer service, sebagai pembanding untuk memverifikasi keaslian informasi yang diperoleh.

### **G. Sistematika Pembahasan**

Sistematika pembahasan adalah uraian singkat mengenai tentang apa yang akan ditulis secara sistematis sehingga mudah dipahami oleh pembaca. Dalam menyusun laporan penelitian kualitatif ini, peneliti akan memaparkan alur pembahasan yang relevan dengan penelitian yang akan ditulis. Penyusunan proposal dalam penelitian ini akan disajikan sistematis dan pembahasan yang terdiri dari lima bab.

#### **BAB I PENDAHULUAN.**

Menjelaskan tentang gambaran umum yang berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, studi penelitian terdahulu, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

#### **BAB II DASAR, FUNGSI DAN TUJUAN, PRINSIP ETIKA BISNIS ISLAM DAN PELAYANAN**

Menjelaskan tentang landasan teori yang dicantumkan pada laporan yang sesuai dengan rumusan masalah data yang dikaji. Landasan teori menjelaskan tentang ruang lingkup etika bisnis Islam pada perilaku pelayanan customer service.

---

<sup>34</sup> Ibid. 135

### **BAB III PAPARAN DATA.**

Menjelaskan tentang pemaparan data yang berkaitan dengan etika bisnis islam pada perilaku pelayanan customer service PT.Pos Indonesia KPC Magetan dan data mengenai kendala dan solusi pelayanan customer service PT.Pos Indonesia KPC Magetan

### **BAB IV ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM PADA PELAYANAN CUSTOMER SERVICE (STUDI PADA PT.POS INDONESIA KCP MAGETAN)**

Menjelaskan tentang hasil analisis pengolahan data yang sudah diperoleh saat melakukan penelitian di lapangan dan menjawab rumusan masalah mengenai etika bisnis islam pada perilaku pelayanan customer service PT.Pos Indonesia KPC Magetan dan kendala pelayanan customer service PT.Pos Indonesia KPC Magetan.

### **BAB V PENUTUP**

Pada bab ini berisi tentang bab penutup yang terdiri dari kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan saran agar penelitian menjadi lebih baik untuk kedepannya.



## **BAB II**

### **DASAR, FUNGSI DAN TUJUAN, PRINSIP ETIKA BISNIS ISLAM DAN PELAYANAN**

#### **A. Etika Bisnis Islam**

##### **1. Pengertian Etika Bisnis Islam**

Etika tidak dapat dipisahkan dari asal usul kata Yunani *ethos*, yang berarti kebiasaan atau karakter. Ini berarti bahwa etika mengacu pada nilai-nilai, cara hidup yang baik, aturan hidup yang baik dan semua kebiasaan yang dianut dan diwariskan dari satu orang ke orang lain atau dari suatu generasi ke generasi lainnya. Menurut Bekum dalam Arjianto, etika dapat diartikan sebagai seperangkat prinsip moral yang membedakan yang baik dan yang buruk. Etika merupakan bidang ilmu yang bersifat normatif karena berperan dalam menentukan apa yang boleh atau tidak boleh dilakukan seseorang. Pada dasarnya, etika mempengaruhi perilaku bisnis, terutama dalam kaitannya dengan kepribadian, tindakan, dan perilaku. Etika adalah teori tentang perilaku manusia dalam hal nilai baik dan buruk, sejauh akal yang dapat menentukan.<sup>1</sup> Berikut karakteristik etika yang perlu diketahui:

- 1) Sifat yang absolut atau mutlak
- 2) Etika untuk menilai baik buruknya perilaku seseorang
- 3) Etika berkaitan erat dengan tindakan atau perilaku manusia
- 4) Etika juga berkaitan dengan perspektif jiwa manusia

---

<sup>1</sup> Muhammad Hasan, *ETIKA BISNIS: Konsep, Teori, Dan Isu-Isu Kontemporer* (CV Literasi Nusantara Abadi, 2022). 56-57



- 1) Etika selalu diterapkan meski tidak ada yang melihat. <sup>2</sup>

Sebagai cabang filsafat, etika berasal dari akal pikiran, bukan dari agama; sedangkan akhlak bersumber dari ajaran agama. Menurut H. Hamzah Ya'qub, etika Islam adalah etika berdasarkan ajaran Islam. Penjelasan nya adalah sebagai berikut:

- 1) Etika Islam mengajarkan dan mewajibkan agar manusia berperilaku baik dan menjauhi perilaku yang buruk
- 2) Etika Islam menentukan sumber akhlak, ukuran baik buruknya perbuatan manusia, berdasarkan ajaran Allah
- 3) Etika Islam bersifat universal dan menyeluruh (*kaffah*), dapat diterima oleh semua orang setiap saat dan tempat
- 4) Etika Islam tidak hanya konseptual-teoritis tetapi juga praktis sesuai dengan fitrah dan pikiran manusia
- 5) Etika Islam mengatur dan membimbing untuk membawa manusia ke tingkat moral yang memuliakan dan mengoreksi perbuatan manusia yang buruk di bawah tuntunan ajaran Allah agar manusia terhindar dari pikiran dan perbuatan yang salah. <sup>3</sup>

Adapun konsep bisnis adalah organisasi yang menjual barang atau jasa kepada pelanggan atau bisnis lain dengan tujuan menghasilkan keuntungan. Secara historis, kata bisnis berasal dari bahasa Inggris *business*, dari kata *busy* yang berarti "sibuk" dalam konteks individu, komunitas dan masyarakat. Dalam arti, sibuk melakukan bisnis dan melakukan hal yang

---

<sup>2</sup> Weny, *Pembelajaran Etika Dan Penampilan Bagi Millennial Abad 21* (Guepedia). 13

<sup>3</sup> Fauzi, *Etika Muslim* (Wisdom Science Sea). 18

menghasilkan keuntungan. Dalam ekonomi kapitalis, di mana bisnis seringkali dimiliki secara pribadi, bisnis dirancang untuk menghasilkan keuntungan dan meningkatkan kemakmuran bagi pemiliknya. Pemilik dan operator bisnis diberi imbalan atas waktu, tenaga, atau modal yang mereka sumbangkan.<sup>4</sup>

Lebih lanjut Allan Afuah (2004), mendefinisikan bisnis sebagai sekumpulan kegiatan yang dilakukan untuk menciptakan dengan mengembangkan dan mengubah berbagai sumber daya menjadi barang atau jasa yang diinginkan oleh konsumen. Bisnis dapat didefinisikan sebagai kegiatan penyediaan barang dan jasa dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan (profit). Suatu usaha dapat dikatakan menguntungkan jika total penerimaan dalam suatu periode (*total penjualan*) lebih besar dari pada total biaya (*beban total*) pada periode yang sama. Laba (keuntungan) merupakan daya tarik utama dalam melakukan kegiatan usaha.<sup>5</sup>

Irfan Fahmi menjelaskan bahwa etika bisnis adalah bidang ekonomi yang terkadang dilupakan oleh banyak orang, meskipun melalui etika bisnis orang dapat memahami bahkan persaingan bisnis yang sangat ketat, bagaimana bersikap lemah lembut, menjaga sopan santun, berpakaian yang baik hingga berbicara yang baik, semuanya memiliki “makna” nya. Artinya etika adalah aturan dalam menjalankan bisnis dari aturan bersikap baik hingga berbicara dalam melayani pelanggan, ini menjadi perhatian khusus bagi para pengusaha.

---

<sup>4</sup> Apiaty Kamaluddin dkk, *Administrasi Bisnis*, 1 (Sah Media, 2017). 6

<sup>5</sup> J.E.H.J. FoEh, *Perencanaan Bisnis (Business Plan): Aplikasi Dalam Bidang Sumberdaya Alam* (Deepublish, 2020). 17-18

Andrew Ghillyer dalam Dadan Ramdhani, dkk. Menunjukkan bahwa etika bisnis adalah penerapan standar perilaku moral dalam situasi bisnis dengan mempertimbangkan konsep dasar etika, yaitu benar dan salah. Dalam arti lain, menurut Marzuqi dan Latif dalam Fakhry Zamzam dan Havis Aravik, etika bisnis mengacu pada seperangkat prinsip dan standar yang harus diikuti oleh pelaku bisnis dalam transaksi, perilaku, dan hubungan untuk mencapai tujuan bisnis dengan aman. Sedangkan Manuel G. Velasques di L. Sinuor Yosephus menjelaskan etika bisnis adalah “ *a specialized study of moral right and wrong. It concentrates on moral standards as they apply to business, policies, institutions and behavior.*” Yang dimaksud oleh Manuel G. Velasques studi kasus tentang moral yang benar dan salah. Yang berlaku pada bisnis, institusi, dan perilaku.<sup>6</sup>

Etika bisnis dalam Islam adalah beberapa etika perilaku bisnis (akhlaq Al Islamiyah) yang dikemas dalam nilai-nilai syariah yang berpihak pada halal dan haram. Dengan demikian, perilaku etis adalah perilaku menaati perintah Allah dan menjauhi larangan-Nya. Sedangkan menurut Djakfar (2012), etika bisnis Islam adalah standar etika berdasarkan Al Quran dan Hadits yang harus dijadikan acuan bagi setiap orang dalam kegiatan bisnis.

Dalam Islam, Etika Bisnis Islam menuntut dan memerintahkan umat Islam untuk bertindak sesuai dengan apa yang diperbolehkan dan dilarang oleh Allah Swt. termasuk mewujudkan kegiatan ekonomi. Etika Bisnis Islam perlu dipahami dengan baik agar kemungkinan kehancuran bisnis akan

---

<sup>6</sup> Aprianto dkk, *Etika & Konsep Manajemen Bisnis Islam* (Deepublish, 2020). 4-6

rendah dan dengan etika yang benar tidak akan merasa dirugikan dan memungkinkan masyarakat mendapat keuntungan yang besar dari aktivitas penjualan dan pembelian yang dilakukan.<sup>7</sup>

Salah satu sumber acuan etika bisnis adalah etika yang bersumber dari teladan besar umat manusia di dunia, yaitu Rasulullah saw. Beliau memiliki banyak pedoman etika dalam kegiatan bisnis, diantaranya sebagai berikut. Yang pertama adalah kejujuran. Kejujuran merupakan syarat dasar dalam menjalankan bisnis. Rasulullah dengan antusias menganjurkan kejujuran dalam urusan bisnis. Beliau bersabda “Tidak dibenarkan seorang muslim menjual satu jualan yang mempunyai aib, kecuali ia menjelaskan aibnya,” (H.R. Al-Quzwani). Rasulullah selalu bersikap jujur dalam kegiatan berbisnis. Kedua, membantu atau menolong orang lain, untuk mewujudkan makna sosial dari kegiatan bisnis. Menurut Islam, pelaku bisnis tidak hanya mencari keuntungan sebanyak-banyaknya, seperti yang diajarkan oleh bapak ekonomi kapitalis, Adam Smith tetapi juga bertujuan untuk ta’awun (menolong orang lain) melalui kegiatan bisnis. Tegasnya, bisnis bukan hanya mencari keuntungan materi, tetapi dilandasi kesadaran dan kemudahan bagi orang lain dengan menjual barang.<sup>8</sup>

## **2. Dasar Hukum Etika Bisnis Islam**

Fenomena yang memprihatinkan masyarakat muslim saat ini adalah masyarakat muslim relatif terbelakang secara ekonomi dibandingkan dengan masyarakat non muslim, sehingga menimbulkan stigma tentang kolektivisme

---

<sup>7</sup> N. Syamsiyah and Y. Ardana, *Kewirausahaan Syariah* (Penerbit NEM, 2022). 71-72

<sup>8</sup> Ibnu Haitam, *Etika Bisnis Islam Kejujuran Menurut Persepsi Atthabary dan Al-Qurtubhy*, *Mukaddimah: Jurnal Studi Islam*, Volume 2, No.2, Juni 2018

dan aspirasi untuk membangun tatanan ekonomi yang berlandaskan etika ekonomi islam. Setiap aktivitas bisnis diperlukan perumusan etika bisnis islam untuk memandu setiap perilaku ekonomi dalam masyarakat muslim. Etika bisnis islam kemudian akan digunakan sebagai kerangka praktis yang berfungsi untuk membentuk persepsi keagamaan dalam melakukan setiap aktivitas ekonomi (arah praktik ekonomi keagamaan). Etika ekonomi islam yang dirumuskan oleh para ekonom islam adalah ilmu yang mempelajari aspek keuntungan dalam kegiatan ekonomi dengan memperhatikan perilaku manusia, sehingga dapat diketahui dengan akal (proporsi) dan dengan wahyu (nash). Etika dianggap sama dengan dengan akhlak karena sama-sama membicarakan baik dan buruknya perilaku manusia.<sup>9</sup>

Bisnis tidak ditujukan untuk keuntungan pribadi jangka pendek yang hanya berdasarkan perhitungan matematis, tetapi ditujukan untuk jangka pendek dan jangka panjang yaitu tanggung jawab pribadi dan sosial terhadap masyarakat, negara dan Allah swt. Etika bisnis dalam islam diatur dalam Al-Quran:<sup>10</sup>

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ بِجَارَةٍ عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۖ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ

اللَّهُ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

*Artinya : “ Hai orang-orang beriman, janganlah kalian saling memakan harta sesama kalian dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kalian. Dan*

<sup>9</sup> Aris Baidowi, ‘Etika Bisnis Perspektif Islam’, *Jurnal Hukum Islam*, 9 (2011), 12.

<sup>10</sup> S. Echdar. Op.cit. 116

*janganlah kalian membunuh diri kalian; sesungguhnya Allah Maha Penyayang kepada kalian.” (QS.an-Nisa’ (4) : 29)<sup>11</sup>*

### 3. Fungsi dan Tujuan Etika Bisnis dalam Islam

Dalam dunia bisnis, etika bisnis islam memiliki fungsi fundamental dalam memelihara lingkungan bisnis yang baik. Etika tidak hanya memberikan pedoman untuk pengambilan keputusan, tetapi juga memberikan pemahaman tentang etika melalui interpretasi obligasi moral. Etika berkontribusi pada pengembangan pengetahuan moralitas. Menurut Rafik Issa Beekun, fungsi etika bisnis islam adalah untuk memandu semua aspek kegiatan bisnis untuk mencapai kesuksesan tertinggi (*falah*), dan menjadi standar khusus bagi pengusaha, baik individu maupun perusahaan, untuk menentukan apa dan bagaimana tanggung jawab perusahaan kepada pihak lain, baik internal maupun eksternal. Hussain Sahata menganggap bahwa fungsi etika bisnis islam adalah menjadi standar yang digunakan untuk menilai kegiatan bisnis dan menjatuhkan hukuman atas kelalaian atau pelanggaran kode etik. Naqvi mengatakan bahwa fungsi etika bisnis islam adalah sebagai alat analisis untuk menyelidiki praktik bisnis yang tidak sesuai dengan ajaran islam dan alat operasional sistem ekonomi islam terkait dengan perilaku ekonomi.<sup>12</sup>

Adapun tujuan etika bisnis islam secara umum yaitu membentuk kepribadian pengusaha agar sesuai dengan akhlak mulia, memecahkan permasalahan pebisnis dan mempererat hubungan persaudaraan dan

<sup>11</sup> A.M. Farrān, *Tafsir Imam Syafi’i*: (Almahira, 2007). 115

<sup>12</sup> A. Fauzi, *Pemikiran Etika Bisnis M. Dawam Rahardjo* (Penerbit A-Empat, 2015). 9-10

kerjasama di antara mereka, mengikis materialisme, membentuk kepribadian profesional dan wirausahawan muslim yang religious, memelihara dan menjaga keberlangsungan usaha, menetapkan batasan halal-haram dalam berbisnis, membangun lingkungan bisnis yang beretika dan islami, membangun kepercayaan (*trust*) antara produsen dan konsumen, menyatukan aspek muamalah dan ibadah, mencapai keuntungan materi (*qimah maddiyah*) dan non materi (*qimah khuluqiyah dan ruhiyah*).<sup>13</sup>

#### 4. Prinsip Etika Bisnis Islam

Muhammad DJakfar (2012:34) menjelaskan beberapa prinsip etika bisnis dalam Islam antara lain:

Pertama, jujur dalam kisaran (kuantitas). Kejujuran dalam takaran ini sangat penting untuk dipatuhi karena Tuhan sendiri telah dengan jelas berfirman :

*“Celakalah orang yang curang. Apabila mereka menakar dari orang-orang lain (untuk diri mereka sendiri), dipenuhkannya (sukatannya). Tetapi apabila mereka menyukat (menakar) (untuk orang lain) atau menimbang (untuk orang lain) dikurangnya..”*

Soal kejujuran bukan hanya kunci sukses Seorang pebisnis muslim. Namun etika bisnis modern juga menekankan prinsip kejujuran.<sup>14</sup> Dalam bsinis untuk membangun kepercayaan seorang penjual harus bersikap jujur atau adil, baik terhadap dirinya sendiri maupun orang lain. Dengan kejujuran kepercayaan para pelanggan kepada pembeli akan tercipta dengan sendirinya. Dalam kaitan ini bisa disimak dalam firman Allah SWT :

<sup>13</sup> Ibid. 10

<sup>14</sup> Rahmat Hidayat, dkk. *Etika Manajemen Perspektif Islam* (Cv. Pusdikra Mitra Jaya).184

وَادِئْتُمْ فَأَعْدِلُوا كَان دَأْفَرِي وَيَعْهَدُ اللَّهُ أَوْفُوا ذَلِكُمْ وَصَنَّكُمْ بِهِ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ

“Dan apabila kamu berkata, maka hendaklah kamu berlaku adil kendatipun dia adalah kerabat (mu), dan penuhilah janji Allah. Yang demikian itu diperintahkan Allah kepadamu agar kamu ingat.”<sup>15</sup>

Kedua, kualitas penjualan yang baik (*quality*). Salah satu kelemahan etika bisnis adalah tidak transparan tentang kualitas, yaitu mengabaikan tanggung jawab etis dalam bisnis. Padahal tanggung jawab tersebut diharapkan menjadi tanggung jawab penyeimbang (*balance*) antara mencari keuntungan dan menjunjung tinggi norma-norma dasar masyarakat berupa undang-undang, serta etika atau adat istiadat. Menyembunyikan mutu sama halnya dengan berbuat curang dan bohong. Sebagaimana penjelasan Rasulullah saw. dalam sabdanya yang diriwayatkan al-Turmudhi dari Abu Musa al-Ansariy dari ‘Abd Allah ibn Idris dari Shu’bah dari Burayd ibn Abi Maryam dari Abi al-Hawra al-Sa’diy dari al-Hasan ibn ‘Aliy yang mengatakan: aku hafal dari apa yang diucapkan Rasulullah saw:

“Tinggalkanlah apa yang meragukanmu kepada apa yang tidak meragukanmu. Karena sesungguhnya kejujuran (berkata benar) itu adalah membawa ketenangan dan kebohongan (berkata bohong) itu akan melahirkan kegelisahan” (HR. al-Turmudhi)<sup>16</sup>

Ketiga, kompetisi yang sehat. Islam melarang persaingan bebas yang menghalalkan segala cara karena melanggar prinsip muamalah Islam. Islam menganjurkan manusia untuk berlomba-lomba dalam kebaikan, artinya

<sup>15</sup> Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis :Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, (Penebar Plus, 2012). 37

<sup>16</sup> Matnin dan Aang Kunaifi, *Manajemen Lembaga Keuangan Dan Bisnis Islam (Panduan Praktikum Pada Lembaga Keuangan Dan Bisnis Islam)*, Ekonomi (Duta Media Publishing, 2020). 5-6



persaingan bukan lagi tentang membunuh pesaing lain, mainkan bertujuan untuk memberikan yang terbaik atas usahanya. Rasulullah SAW mencontohkan bagaimana bersaing dengan baik dengan memberikan pelayanan yang terbaik dan jujur mengenai barang dan mengharamkan kerahasiaan dalam persaingan bisnis karena merupakan dosa yang harus dihindari. Telah disebutkan dalam QS. Al Baqarah ayat 188:

*“Dan janganlah sebagian kamu makan harta sebahagian 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.”*

Keempat, keadilan. Melaksanakan Keadilan adalah misi yang diutus oleh para rasul. Segala bentuk ketidakadilan harus hilang dari muka bumi. Oleh karena itu, Nabi Muhammad SAW selalu teguh membela keadilan, termasuk keadilan dalam menjalankan bisnis. Saling menjaga agar hak orang lain tidak terganggu selalu ditekankan dalam menjaga hubungan mereka sebagai bentuk keadilan. Adil kepada konsumen dengan tidak melakukan penipuan dan merugikan konsumen. Ungkapan keadilan bagi pekerja adalah membayar upah yang adil kepada pekerja, bukan mengeksploitasi dan melindungi hak-hak mereka.<sup>17</sup> Selain itu, bentuk keadilan bisnis adalah bahwa bisnis dilakukan tanpa unsur riba karena riba mengarah pada eksploitasi dari kaya ke yang miskin. Inilah sebabnya mengapa Allah dan Rasul-Nya telah menyatakan riba dilarang. Disebutkan dalam surat Al Baqarah ayat 278;

---

<sup>17</sup> Ibid.

*“Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa riba (yang belum dipungut) Jika kamu orang-orang yang beriman. Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan lantaran tekanan penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambil dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang mengulangi (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya”.*<sup>18</sup>

## **B. Pelayanan**

### **1. Pengertian Pelayanan**

Istilah pelayanan berasal dari kata “layan” yang artinya membantu menyediakan apa saja yang dibutuhkan orang lain untuk tindakan melayani. Pada dasarnya setiap manusia membutuhkan pelayanan, bahkan secara ekstrim dapat dikatakan bahwa pelayanan tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia. Pelayanan adalah proses pemenuhan suatu kebutuhan melalui kegiatan orang lain secara langsung. Berbicara pelayanan adalah berbicara tentang proses operasional yang isinya lebih abstrak (non fisik). Pelayanan adalah suatu proses, proses ini menciptakan suatu produk berupa pelayanan, yang kemudian diberikan kepada pelanggan. Hasibuan mendefinisikan pelayanan sebagai kegiatan pemberian pelayanan dari satu pihak ke pihak lain, dimana pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dilakukan dengan ramah dan beretika untuk memenuhi kebutuhan dan

---

<sup>18</sup> Ibid. 7

kepuasan pihak yang mendapatkan pelayanan tersebut.<sup>19</sup> Norman (1991:14) menunjukkan karakteristik layanan sebagai berikut:

- 1) Layanan tidak berwujud, layanan sangat berlawanan dengan produk jadi.
- 2) Pelayanan nyata terdiri dari tindakan nyata dan pengaruh adalah tindakan sosial.
- 3) Kegiatan produksi dan konsumsi dalam pelayanan tidak dapat dipisahkan karena seringkali terjadi pada waktu dan tempat yang sama.<sup>20</sup>

Tom Peters, seorang ahli manajemen, mengatakan bahwa untuk memberikan pelayanan yang baik harus dekat dengan pelanggan, disebut juga dengan “close to the customer”. Ini berarti terus-menerus mendengarkan apa yang dikatakan pelanggan dan secara teratur mengukur kepuasan pelanggan. Pelayanan yang baik akan tercermin dari kepuasan pelanggan. Pada umumnya pelanggan/konsumen lebih sering menyatakan ketidakuasannya daripada kepuasannya.<sup>21</sup> Pelayanan juga mempunyai empat sifat utama, yaitu *intangibility*, tak berpisah-pisah, beragam, dan tidak tahan lama.

- 1) Transparan

---

<sup>19</sup> Muhammad Sawir, *Birokrasi Pelayanan Publik Konsep, Teori, Dan Aplikasi*, (Deepulish,2020). 83

<sup>20</sup> Muh. Nur Eli Brahim, *Produk Kreatif dan Kewirausahaan Akuntansi dan Keuangan Lembaga SMK/MAK Kelas XI Semester 2. Bidang Keahlian Bisnis dan Manajemen. Program Keahlian Akuntansi dan Keuangan.Kompetensi Keahlian Akuntasni dan Keuangan Lembaga*. (Penerbit Andi, 2021). 4

<sup>21</sup> Mohammad Iqbal, *Mendongkrak Kinerja Bengkel Roda 4 & 2*, (Elex Media Komputindo, 2020). 32

Pelayanan itu bersifat *intangible*, tidak dapat dilihat, dirasa, didengar, atau dicium sampai seseorang menggunakan atau membeli layanan tersebut.

2) Tidak berpisah-pisah

Produk diproduksi, kemudian disimpan, kemudian dijual, dan digunakan. Layanan dijual terlebih dahulu baru dibuat dan langsung digunakan pada saat yang bersamaan. Oleh karena itu jasa tidak dapat dipisahkan dari pemasok atau penjualnya, baik berupa mesin maupun manusia. Jika seseorang menjadi penyedia jasa, dia adalah bagian dari layanan itu.

3) Beragam

Pelayanan sangat beragam dalam kualitas bentuk tergantung pada siapa yang menyediakannya, kapan, di mana, dan bagaimana. Misalnya, sebuah hotel memiliki reputasi yang baik untuk penyampaian layanan dibandingkan dengan hotel lainnya. Hotel dengan pelayanan yang baik mungkin memiliki resepsionis yang murah senyum dan memberikan pelayanan yang cepat, sedangkan hotel yang lain resepsionisnya tidak menyenangkan dan lambat. Padahal, mutu pelayanan individual suatu perusahaan menentukan tingkat keberhasilan pelayanan yang diberikan.

4) Tidak tahan lama

Pelayanan itu bersifat tidak tahan lama, tidak dapat disimpan untuk penggunaan di masa mendatang. Sifat dari pelayanan tidak menjadi

masalah jika permintaan stabil. Jika permintaan berubah-ubah, perusahaan jasa akan mengalami banyak masalah.<sup>22</sup>

Dalam pandangan islam bahwa memberikan pelayanan terbaik kepada sesama manusia adalah pekerjaan yang sangat mulia dan merupakan pintu kebaikan kepada siapa saja yang mau melakukannya. Seperti yang dijelaskan pada surat Ali-Imron ayat 159 :

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ

وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

*“Maka disebabkan dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakal kepada-Nya.”<sup>23</sup>*

## 2. Dasar-Dasar Pelayanan

Customer service dalam kesehariannya akan menangani pelanggan dari berbagai latar belakang baik berdasarkan tempat, suku dan agama. Perbedaan yang ada akan membentuk perilaku pelanggan yang berbeda satu sama lain. Kompleksnya permasalahan adanya berbagai latar belakang mengharuskan seorang customer service harus selalu meningkatkan keterampilan dan pengetahuan dasar-dasar pelayanan karena mereka dituntut

<sup>22</sup> W. Suteja, *Panduan Layanan Konsumen* (Grasindo).

<sup>23</sup> Y.M. Khasanah, *Etika Bisnis Penginapan Dalam Perspektif Ekonomi Syariah* (LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah, 2020). 16-17

untuk secara konsisten memberikan layanan yang terbaik. Dasar-dasar pelayanan yang harus dipahami oleh customer service adalah:

1) Pakaian dan penampilan

Pakaian dan penampilan merupakan satu kesatuan yang tidak terpisahkan. Customer service harus mengenakan pakaian yang sesuai, yaitu kombinasi pakaian atas dan bawah yang menarik. Rahasia pakaian yang bagus adalah harganya dua kali lebih mahal dari pakaian yang serupa. Customer service juga harus berpenampilan gagah, necis, tidak kumal, dan memakai pakaian yang telah disetrika.

2) Murah senyum, cepat akrab, dan percaya diri

Senyum adalah modal utama seorang customer service. Dengan senyumnya natural dan tulus seorang customer service akan seperti malaikat. Customer service juga perlu meluangkan waktu untuk membuat lelucon agar mereka cepat akrab. Alangkah baiknya jika customer service memiliki kemampuan untuk mengingat nama pelanggan. Pelanggan yang disebutkan akan cepat memutuskan untuk. Dengan senyum dan keramahan, customer service akan dengan mudah menguasai bidangnya, tidak lagi canggung dan grogi untuk tampil percaya diri.

3) Rajin menyapa

Sapaan memiliki nilai HR (*human relations*) yang tinggi. Semakin rendah pangkat orang yang kita sapa, semakin tinggi pula nilai sapaannya. Menyapa pelanggan baru dengan lembut merupakan nilai tambah. Jika sudah pernah bertemu sebelumnya, usahakan untuk bisa menyebutkan nama tamu tersebut. Tetapi jika belum mengetahui usahakan memakai sebutan formal seperti, bapak, ibu, atau nona.

4) Sopan, hormat, tekun dan tenang

Usahakan saat melayani pelanggan customer service harus bersifat sopan. Tunjukkan rasa hormat dan dengarkan baik-baik keluhan atau keinginan pelanggan. Jika yang datang orang berpangkat, usahakan tidak grogi. Tunjukkan ketenangan dan bersikap santai.<sup>24</sup>

5) Bahasa yang baik dan benar

Saat berkomunikasi dengan para pelanggan usahakan menggunakan bahasa Indonesia atau bahasa daerah yang baik dan benar. Jangan gunakan istilah yang tidak umum.

6) Antusias

Seorang pegawai customer service harus selalu antusias dan semangat dalam melayani pelanggan. Pelanggan tahu kapan customer service melayani dengan antusias dan kurang antusias saat melayani.

---

<sup>24</sup> I.K. Widana, *Buku Ajar Technopreneurship – Panduan Bisnis Berbasis Teknologi* (Pantera Publishing, 2020) . 59-60

7) Biarkan pelanggan berkeluh kesah

Jangan menyerah ketika pelanggan berkeluh kesah. Hindari kalimat yang menyalahkan, menyindir atau menegur yang mungkin menyinggung pelanggan dan jangan berdebat.

8) Berikan kepuasan

Saat terjadi keraguan pelanggan, customer service harus mampu meyakinkan pelanggan dengan argumentasi yang masuk akal untuk dapat mewujudkan kepuasan pelanggan. Jika seorang customer service tidak punya waktu untuk melayani pelanggan, beritahu kepada pelanggan kapan akan dilayani dan jika tidak dapat melayani dan di luar kemampuan untuk menyelesaikannya, meminta tolong kepada seorang yang lebih senior.<sup>25</sup>

### 3. Pelayanan yang Baik

Setiap perusahaan ingin dilihat sebagai yang terbaik di mata pelanggannya. Pada dasarnya pelanggan ingin mendapatkan pelayanan yang terbaik, pelayanan yang terbaik harus diketahui oleh pihak perusahaan sehingga keinginan konsumen terpenuhi secara maksimal. Adapun pelayanan yang baik adalah sebagai berikut:

- 1) Tersedianya sarana dan prasarana yang baik; pelanggan menginginkan pelayanan yang baik, maka dalam melayani pelanggan salah satu hal yang paling penting untuk diperhatikan adalah sarana dan prasarana yang tersedia.

---

<sup>25</sup> Ibid. 60-61



- 2) Ketersediaan karyawan yang baik; kenyamanan pelanggan tergantung dari petugas yang melayaninya. Petugas harus ramah, sopan, dan menarik. Selain itu petugas harus tanggap dan jelas, menyenangkan dan cerdas.
- 3) Bertanggung jawab kepada pelanggan dari awal sampai akhir; dalam melakukan kegiatan layanannya petugas harus dapat melayani dari awal hingga akhir.
- 4) Mampu melayani dengan cepat dan tepat; saat melayani pelanggan, petugas harus melakukannya sesuai prosedur. Pelayanan yang diberikan sesuai jadwal dan pengerjaan tentunya dan tanpa kesalahan dalam arti pelayanan yang diberikan sesuai dengan keinginan pelanggan.
- 5) Memiliki kemampuan berkomunikasi; petugas harus dapat berbicara kepada setiap pelanggan dan memahami keinginan pelanggan, artinya petugas harus dapat berkomunikasi dengan bahasa yang jelas dan dapat dimengerti, dan jangan menggunakan istilah yang tidak dapat dimengerti.
- 6) Mencoba memahami kebutuhan pelanggan; petugas harus cepat dan tanggap terhadap apa yang diinginkan pelanggan, mengerti dan memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan.<sup>26</sup>

---

<sup>26</sup> S.H. Sahir, dkk. *Keterampilan Manajerial Efektif* (Yayasan Kita Menulis, 2020). 96-97

#### 4. Cara meningkatkan kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan yang baik akan menciptakan peluang loyalitas pelanggan. Pelanggan yang puas akan dengan senang hati merekomendasikan perusahaan kepada orang lain, kemungkinan besar ingin menggunakan kembali produk dan layanan perusahaan. Bagi yang ingin membangun hubungan dengan pelanggan, kunci utamanya adalah meningkatkan peran customer service. Sehingga memudahkan untuk memasarkan bisnis dan kemudian menghasilkan penjualan. Berikut ini ada enam hal yang penting perlu diperhatikan saat melayani pelanggan, diantaranya sebagai berikut:

1) Angkat telepon

Pelanggan yang menghubungi melalui telepon sering memiliki urusan yang penting. Jika hal tersebut hanya urusan sepele dan tidak mendesak, pelanggan mungkin ingin menghubungi melalui email, media sosial, dan pesan teks. Untuk itu pastikan memiliki layanan Call Center yang diandalkan.

2) Dengarkan pelanggan

Pelanggan yang menghubungi pasti ingin menyampaikan sesuatu untuk dikatakan. Apakah hanya sekedar menanyakan tentang suatu produk, menyampaikan keinginan ataupun masalah. Untuk itu dengarkan baik-baik apa yang disampaikan, agar pelanggan merasa dihargai dan dapat memberikan tanggapan yang tepat.<sup>27</sup>

---

<sup>27</sup> Candrianto, *Kepuasan Pelanggan Suatu Pengantar* (Literasi Nusantara, 2021).57-58

3) Atasi komplain dengan benar

Hal yang paling tidak disenangi adalah ketika menerima komplain. Namun, keluhan pelanggan adalah salah satu risiko dalam bisnis. Bisa saja membuat kesalahan dalam bisnis, bisnis tidak sempurna, dan tidak bisa menyenangkan semua orang. Meski begitu, setiap keluhan tetap harus dihadapi dan ditangani dengan baik, agar masalah tidak semakin parah dan pelanggan tidak kecewa.

4) Tepat janji

Lebih baik tidak membuat janji jika tidak bisa menepatinya. Misalnya, berjanji akan mengirimkan pesanan hari ini, tapi ternyata pesanan tersebut dikirim pada keesokan harinya. Untuk itu, Berpikir sebelum membuat janji. Jangan membuat Janji Palsu karena kepercayaan pelanggan akan hancur dan sulit diperbaiki.

5) Memberikan pelayanan ekstra

Memberikan layanan ekstra, meskipun tidak ada keuntungan material. Contoh pelayanan ekstra, yaitu memberikan tambahan informasi cara menggunakan produk, mengedukasi pelanggan cara memakai produk, tersenyum dan membukakan pintu saat pelanggan mendatangi kantor, dan sebagainya. Hal-hal sederhana, tetapi akan sangat dihargai oleh pelanggan.

6) Pelatihan pada karyawan

Memastikan pegawai atau karyawan di bagian customer service sudah dilatih sebelum ditugaskan. Perusahaan perlu melatih karyawan

sehingga tahu apa yang harus dilakukan untuk melayani pelanggan. Jangan biarkan karyawan sering menjawab tidak tahu saat ditanya, Salah mengartikan informasi penting, atau bersikap tidak ramah. Untuk mencapai tujuan ini, mengajarkan karyawan cara menangani dan menyenangkan pelanggan.<sup>28</sup>

## 5. Kendala Pelayanan

Banyak halangan dan hambatan yang akan dihadapi dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Halangan tersebut tergolong ringan dan tidak juga sangat berat, baik kendala fisik maupun non fisik. Secara umum, yang sering dianggap sebagai hambatan yang paling memberatkan adalah hambatan emosional yang bersifat immaterial atau non fisik. Banyak kejadian dimana pada saat memberikan pelayanan, ternyata apa yang dilakukan tidak diterima dengan baik, hal ini bersumber dari sikap perilaku pelanggan yang seringkali menyebabkan sakit hati. Hal ini kemungkinan besar terjadi karena pelanggan seringkali dapat melakukan apapun yang mereka inginkan karena mereka merasa telah membayar. Situasi seperti itu, apabila terjadi tidak bisa dihindarkan. Justru kualitas sebagai “pelayan” bagi pelanggan akan diuji yang dihadapkan pada situasi yang tidak menyenangkan.<sup>29</sup>

Ada berbagai macam contoh hambatan yang dijadikan sebagai keluhan yang muncul dari para pelanggan. Di dalam dunia jasa pengiriman keluhan tersebut adalah :

---

<sup>28</sup> Ibid. 59-60

<sup>29</sup> E.W.H. Murdoko, *Great Customer Service* (Elex Media Komputindo, 2013). 46

1) Pelayanan dari customer service yang kurang maksimal

Dalam hal ini pelanggan yang membutuhkan bantuan customer service baik seputar informasi ataupun kendala tidak merasa dilayani dengan baik. Diantaranya tidak langsung memberikan respon, kurang ramah dan tidak memberikan solusi yang efektif.

2) Masalah dalam pengiriman

Hal ini sering terjadi dalam dunia jasa pengiriman. Keterlambatan pengiriman, kehilangan atau kerusakan barang pada saat pengiriman adalah hal yang biasa terjadi

3) Sulit menghubungi layanan customer service

Misalnya, ketika layanan telepon pelanggan dialihkan atau email masuk tidak kunjung terjawab. Kepuasan pelanggan pasti akan lebih tinggi ketika hal ini terjadi.

Keluhan dari pelanggan selama proses pelayanan merupakan hal yang tidak dapat dihindari oleh perusahaan. keluhan merupakan salah satu bentuk pemberitahuan pelanggan kepada perusahaan untuk meningkatkan pelayanannya. Penanganan keluhan adalah contoh layanan yang diberikan perusahaan kepada pelanggannya.<sup>30</sup>

## 6. Solusi Menangani Keluhan Pelanggan

Pelanggan mungkin diminta untuk menyetujui usulan solusi alternatif. Secara teknis, proses persetujuan ini dapat melibatkan atasan sebagai perwakilan bila diperlukan, apalagi jika urusannya cukup rumit dan

---

<sup>30</sup> A. Rahmانيar, dkk. *Bunga Rampai Isu-Isu Komunikasi Kontemporer 2023* (PT Rekacipta Proxy Media, 2023). 373

kompleks. Hal ini dilakukan agar nasabah dapat memahami apa yang dilakukan dan mengantisipasi kejadian yang lebih tidak diinginkan.<sup>31</sup>

## C. Customer Service

### 1. Pengertian customer service

Saat ini, *customer services* tidak lagi menjadi faktor pendukung kegiatan pemasaran atau penjualan. *Customer services* adalah bagian yang sangat penting dan krusial dari bisnis yang sukses. Tantangan *customer services* yang dihadapi saat ini adalah:

- 1) Memahami perbedaan kebutuhan layanan setiap pelanggan
- 2) Memahami perbedaan keinginan setiap segmen pelanggan
- 3) Menentukan prioritas investasi yang tepat untuk sumber daya manusia dan teknologi.<sup>32</sup>

Seperti yang kita tahu bahwa layanan pelanggan memiliki peran penting dalam melindungi perusahaan yang berhubungan langsung dengan pelanggan. Meski sering dianggap remeh, *customer services* sebenarnya merupakan pekerjaan yang memiliki banyak fungsi dan peran dalam sebuah perusahaan. *Customer Services* juga memiliki budaya perusahaan yang positif dan fungsi layanan hubungan masyarakat. *Customer Services* tidak hanya melayani tetapi juga berusaha membangun kemitraan jangka panjang dengan prinsip saling menguntungkan. kembali Rambat (2001) mengemukakan pandangannya bahwa “Bagaimana memahami keinginan konsumen dengan

---

<sup>31</sup> Dede Abdurrohman, S.E., M.M., *Service Pemasaran*, (Cipta Median Nusantara (CMN), 2022), 120

<sup>32</sup> Freddy Rangkuti, *Customer Service Satisfaction & Call Centre Berdasarkan ISO 9001*, (Gramedia Pustaka Utama, 2013). 2

tetap memberikan nilai tambah di mata konsumen”.<sup>33</sup>

Juga, penting untuk membedakan antara *service* dan *customer service*. Memahami *service* itu sendiri, misalnya layanan telekomunikasi, hotel, transportasi, perbankan, dll. Sedangkan *customer service is the service provided in support of a company's core product*. Oleh karena itu, *customer service* adalah layanan atau layanan yang diberikan kepada konsumen sehubungan dengan produk tertentu. Misalnya pertanyaan konsumen, pencarian pesanan, penanganan keluhan, perbaikan (perbaikan), layanan pembeli di toko penjual, dll. Biasanya tidak ada beban membayar konsumen untuk *customer service* ini.<sup>34</sup>

## 2. Karakteristik Customer Service yang Baik

Terdapat beberapa karakteristik customer service yang baik. Karakteristik ini dipakai oleh perusahaan untuk mengevaluasi customer service.

### 1) A Customer-Service Departemet

Selain menggunakan fungsi Customer Service dalam setiap lini kegiatan, perusahaan juga menyiapkan suatu departemen tersendiri untuk menjawab pertanyaan maupun keluhan pelanggan.

### 2) Accessibility

Kemudahan konsumen untuk menghubungi perusahaan.

<sup>33</sup> Sisca, Sri Aprianti Tarigan, dkk. *Service Marketing: Pendekatan Teori dan Praktik*, (Media Sains Indonesia, 2022). 175-176

<sup>34</sup> Inggang Perwangsa Nuralam, *Etika Pemasar dan Kepuasan Konsumen dalam Pemasaran Perbankan Syariah*, (Universitas Brawijaya Press, 2017). 54

3) *Employee performance*

Hasil kinerja yang baik secara kualitas dan kuantitas yang telah dicapai seorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya. Kinerja tersebut dilihat dari berbagai dimensi terutama jasa yang diberikan oleh pegawai.

4) *Product knowledge and technical support*

Customer service harus mengetahui bagaimana menjawab berbagai pertanyaan dari konsumen. Oleh karena itu mereka harus dibekali kemampuan tentang produk, bahkan kemampuan teknis produk. Customer service harus memahami apa saja yang menjadi keluhan, mengetahui total produk dan bagaimana menjawab keluhan.

5) *Facilities, operations, and arrangements*

Kelengkapan fasilitas, serta mengatur bagaimana kegiatan dalam melayani kebutuhan dan memecahkan masalah keluhan konsumen.<sup>35</sup>

### 3. Etika customer service

Menurut Tjiptono (2006), etika dasar yang harus dimiliki *customer service* untuk melayani pelanggan antara lain:

- Mengenal pelanggan yang baik
- Mengetahui atau memahami keinginan pelanggan
- Memperkenalkan produk perusahaan
- Melayani dengan motto nomor satu adalah kepuasan pelanggan
- Menjamin kerahasiaan pelanggan

---

<sup>35</sup> B.D. Prasetyo, dkk. *Komunikasi Pemasaran Terpadu: Pendekatan Tradisional Hingga Era Media Baru* (Universitas Brawijaya Press, 2018). 168-169



- Melayani pelanggan dengan humor dan senyuman
- Tidak merugikan pelanggan
- Menerima keluhan pelanggan
- Mengucapkan terima kasih<sup>36</sup>



---

<sup>36</sup> Pepen Pendi, *Sukses Menjadi Pramugari*, (Deepublish Publisher, 2020). 312

## BAB III

### PAPARAN DATA

#### A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

##### 1. Sejarah Berdirinya PT.Pos Indonesia

Sejarah mencatat keberadaan Pos Indonesia sudah ada sejak lama, kantor pos pertama didirikan di Batavia (sekarang Jakarta) oleh Gubernur Jenderal G.W. Baron Van Imhoff pada tanggal 26 Agustus 1746 dengan maksud untuk mengantarkan surat-surat penduduk, khususnya bagi para pedagang yang berdagang dari kantor-kantor luar Jawa dan bagi mereka yang datang dan pergi ke negeri Belanda. Sejak itu, lahirlah pelayanan pos yang mengemban peran dan fungsi melayani masyarakat. Setelah berdirinya Kantor Pos Batavia 4 tahun kemudian, didirikanlah Kantor Pos Semarang untuk melakukan komunikasi pos secara berkala antara kedua lokasi tersebut. Rute pengiriman jalur pos saat itu melewati Karawang, Cirebon, dan Pekalongan.<sup>1</sup>

Pos Indonesia telah mengalami beberapa kali perubahan status dari kantor PTT (pos, telegrap, dan telepon). Badan usaha yang dipimpin oleh seorang kepala departemen ini bersifat nonkomersial dan fungsinya lebih mengarah pada penyediaan pelayanan publik. Perkembangan terus berlanjut hingga menjadi Perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi (PN Postel). Menyadari bahwa sektor pos dan telekomunikasi

---

<sup>1</sup> <https://www.posindonesia.co.id/id/content/sejarah-pos> (diakses pada tanggal 5 Maret 2023, pukul 08.02 WIB).

berkembang sangat pesat, pada tahun 1965 menjadi perusahaan negara Pos dan Giro (PN Pos dan Giro), dan pada tahun 1978 menjadi Perum Pos dan Giro yang sejak ini ditegaskan sebagai badan usaha tunggal dalam menyelenggarakan dinas pos dan giro pos baik hubungan dalam negeri maupun luar negeri. Selama 17 tahun sebagai Perum, kemudian pada Juni 1995 menjadi Perseroan Terbatas dengan nama PT Pos Indonesia (Persero).<sup>2</sup>

Seiring berjalannya waktu, Pos Indonesia kini telah mampu menunjukkan kreativitasnya dalam mengembangkan industri Pos Indonesia dengan memanfaatkan infrastruktur jaringannya dengan sekitar 24.000 titik layanan yang mencakup 100% kecamatan dan 42% kecamatan/desa serta 940 titik migrasi terpencil di Indonesia. Seiring dengan perkembangan informasi, komunikasi dan teknologi, jaringan Pos Indonesia memiliki lebih dari 4.800 kantor pos, serta dilengkapi electronic mobile pos di beberapa kota besar. Semua titik merupakan mata rantai yang saling terkait erat dan terpadu. Sistem kode pos dibuat untuk memudahkan penanganan kiriman pos yang memungkinkan untuk menentukan secara akurat setiap jengkal wilayah di Indonesia.<sup>3</sup>

---

<sup>2</sup> Ibid.

<sup>3</sup> Ibid.

## 2. Visi dan Misi PT.Pos Indonesia

### a. Visi

Menjadi Postal Operator, Penyedia jasa kurir, logistic dan keuangan paling kompetitif

### b. Misi

Bertindak efektif untuk mencapai performance terbaik. <sup>4</sup>

## 3. Budaya Perusahaan

Nilai utama pada budaya perusahaan dirumuskan dalam akronim "AKHLAK"

A = Amanah (Memegang teguh kepercayaan yang diberikan)

K = Kompeten ( terus belajar dan mengembangkan kababilitas)

H = Harmonis (saling peduli dan menghargai perbedaan)

L = Loyal (berdedikasi dan mengutamakan kepentingan bangsa dan negara)

A = Adaptif ( terus berinovasi dan antusias dalam menggerakkan ataupun menghadapi perubahan

K = Kolaboratif (membangun kerja sama yang strategis)<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> Ibid.

<sup>5</sup> Ibid.

#### 4. Struktur Organisasi PT. Pos Indonesia KCP Magetan

Tabel 4.1

Struktur Organisasi PT.Pos Indonesia KCP Magetan

No	Nama	Jabatan
1.	Johan Riyadi	Executive Manager
2.	Hestin Meiramurti Sudiro	SPV Pelayanan Outlet dan Operasi Cabang Penjualan Ritel dan Kemitraan
3.	Farah Ekky Nastiti	SPV Administrasi dan Umum Audit
4.	Eka Kristiana	SPV Penjualan Bisnis Jasa Keuangan
5.	Suparno	SPV Penjualan Korporat Bisnis dan Logistik
6.	Abdul Latif Zulkarnaen	SPV Operasi Kurir
7.	Shinta Kurniawati	Customer Service

Sumber Data :Dokumen Gambar PT.Pos Indonesia KCP Magetan, 2023

Uraian tugas dan wewenang struktur organisasi PT.Pos Indonesia KCP

Magetan :

1) Executive Manager

1. Memberikan laporan kepada atasan langsung tentang hasil pelayanan
2. Mengelola keamanan dan kenyamanan kantor KPC
3. Mengelola permasalahan yang berupa identifikasi masalah dari mulai laporan, penyelesaian masalah, eskhalasi masalah, dan pelaporan masalah.
4. Mengelola proses yang memonitor seluruh kejafian agar operasi berjalan normal dan juga mendeteksi dan mengaskalisasi kondisi.

5. Melakukan coaching dan konseling terhadap karyawan di lingkungan kerjanya.
  6. Menangani transaksi jasa, surat, paket, jasa keuangan, dan agen pos, giro dan penyaluran dana, pembayaran pensiun, penutupan pos dan penyelenggaraan pengiriman pos serta kegiatan dan penunjang administrasi lainnya seperti infrastuktur bisnis dan operasi pos pemeriksaan kantor untuk mencapai pendapatan dan kualitas operasi perusahaan.<sup>6</sup>
- 2) SPV Pelayanan Outlet dan Operasi Cabang Penjualan Ritel dan Kemitraan
1. Pelayanan outlet membawahi CS (Customer Service), loket dan kantor Kantor cabang pembantu terkait pelayanan yang ada di kantor pos seperti kurlog, jaskug, dan penyaluran bantuan. Pelayanan operasi cabang mengawasi apapun yang ada di loket maupun di cabang baik dari segi pelayanan, layanannya dan produk yang dijual.
  2. Penjualan ritel meliputi loket, oranger, dan agen pos. Pada bagian penjualan ritel merekap seluruh gaji karyawan oranger pos. Sedangkan pada agen pos yaitu bekerja sama untuk membuka dan mencari agen pos di beberapa tempat yang belum terdapat kantor cabang pembantu.
- 3) SPV Administrasi dan Umum Audit

---

<sup>6</sup> Dokumen PT.Pos Indonesia KCP Magetan, 2023

1. Melaksanakan dan mengendalikan pengelolaan keuangan dan benda pos seperti prangko, filateli, materai dan yang lainnya.
2. Mengelola dan melakukan pengendalian keuangan serta BPM
3. Berkoordinasi dengan kepala kantor dan seluruh manajer untuk keberlangsungan kerjasama dalam pengelolaan keuangan pendapatan ritel lainnya.
4. Mengelola kebutuhan kantor dan persediaan kas untuk operasional kantor
5. Memberikan pelatihan pada kasir dan admin keuangan mengenai tanggung jawab masing-masing di bagian keuangan seperti loket.
6. Melakukan pengawasan dan pemeriksaan kebenaran transaksi biaya kwintansi, NPP serta kelengkapan sedemikian rupa sehingga akurat dan dapat dipertanggungjawabkan serta mengadministrasi naskah dan arsipnya dengan baik dan aman.<sup>7</sup>
7. Melakukan pemenuhan permintaan BPM, Filateli, dan materai untuk penjualan di loket, kantor cabang pembantu, dan titik layanan lainnya sesuai dengan ketentuan perusahaan.
8. Membuat dan menyampaikan laporan di bagiannya kepada atasan dan unit kerja terkait.
9. Melakukan pengawasan terhadap anggaran terutama anggaran biaya sesuai dengan alokasi anggaran yang diberikan oleh perusahaan

---

<sup>7</sup> Ibid

#### 4) SPV Penjualan Bisnis Jasa Keuangan

1. Menyusun program kerja dan anggaran penjualan di kantor pos serta membuat dan mengupdate analisis daerah operasi.
2. Menyusun dan mengendalikan anggaran penjualannya, menyeleksi dan memilih pelanggan, melaksanakan akuisis pasar, dan mempertahankan pelanggan serta memelihara pelanggan.
3. Menyusun target pendapatan penjualan dan mengalokasikan target penjualan.
4. Melakukan dan membangun komunikasi secara intensif kepada pelanggan
5. Melaksanakan penggarapan pasar, pengawalan kiriman pelanggan dan prospecting calon pelanggan baru.
6. Menyiapkan data penjualan surat dan paket serta jasa keuangan terhadap target yang ditetapkan.

#### 7. SPV Penjualan Korporat Bisnis dan Logistik

8. Menyediakan, memantau, dan bertanggung jawab atas pengiriman atau penerimaan paket pos
9. Pembuatan rencana/target penjualan untuk layanan parsel DN dan LN.
10. Melakukan kerjasama pengiriman surat
11. Memantau buka tutup paket pos<sup>8</sup>

#### 5) SPV Operasi Kurir

---

<sup>8</sup> Ibid



1. Mengawasi pemrosesan penerimaan dan pengiriman kiriman pos, penerimaan, pendistribusian dan pengangkutan kantung kiriman pos, serta melaksanakan dan mengawasi pelaksanaan proses pra-antaran, antaran, dan pasca antaran kiriman pos agar mencapai standar mutu yang ditetapkan perusahaan.
2. Melakukan pemeriksaan terhadap pemangkuan surat, serta uji petik pelunasan bea paket dalam negeri yang diterima dari loket.
3. Mengatur pelaksanaan kegiatan pra posting, pick up service, po box untuk kiriman yang diterima dari loket
4. Mengawasi penyerahan kiriman pos dengan menggunakan buku serah
5. Mengatur dan mengawasi pelaksanaan pengiriman.<sup>9</sup>

#### **B. Etika Bisnis Islam Pada Perilaku Pelayanan Customer Service PT.Pos Indonesia KCP Magetan**

Dalam melakukan upaya pelayanan pelanggan yang memuaskan, PT.Pos Indonesia meluncurkan layanan pelanggan (customer service) untuk memberikan informasi produk-produk sekaligus pengaduan maupun komplain kepada PT.Pos Indonesia. Seorang customer service harus melayani pelanggan dengan baik agar pelanggan memiliki kepuasan ketika keluhan maupun komplain yang disampaikan terselesaikan. Pelayanan merupakan sebuah tindakan atau perilaku dalam menawarkan sesuatu kepada pihak lain. Perilaku pelayanan harus sesuai dengan etika bisnis

---

<sup>9</sup> Ibid

karena mengatur segala tata cara perilaku yang baik dan buruk pada kegiatan bisnis.

Perilaku pelayanan customer service PT.Pos Indonesia dapat dilihat melalui prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Ada beberapa prinsip etika bisnis islam diantaranya adalah prinsip kejujuran, prinsip tanggung jawab dalam kualitas, prinsip kompetisi yang sehat, dan prinsip keadilan dalam kegiatan bisnis. Seperti pada wawancara, sebagai berikut :

#### 1) Prinsip Kejujuran

Customer service PT.Pos Indonesia berpegang teguh dan berpedoman pada prinsip kejujuran dalam menyampaikan informasi terkait dengan produk dan layanan kepada pelanggan. Sebagaimana yang dikatakan oleh Sinta Kurniawati selaku Customer Service PT.Pos Indonesia KCP Magetan yaitu :

“Semisal ada promo seperti hari-hari cantik promonya, mesti saya share terus juga pelanggan datang ke kantor untuk keperluan atau kebutuhan akan saya penuhi, tanya apapun saya jawab sebisa saya”.<sup>10</sup>

Selain itu, seperti yang disampaikan oleh Krismanto selaku pelanggan PT.Pos Indonesia KCP Magetan, sebagai berikut:

“Customer service disana sangat ramah dan jujur dalam menyampaikan informasi. Seperti saya menanyakan keberadaan paket saya dimana, menanyakan tentang pendaftaran pospay karena kalau paket cod harus menggunakan aplikasi pospay agar mudah proses transaksi.”<sup>11</sup>

Customer service PT.Pos Indonesia saat melayani pelanggan dalam

---

<sup>10</sup> Sinta Kurniawati, wawancara pada tanggal 17 Maret 2023. Pukul 14.30 WIB

<sup>11</sup> Krismanto, wawancara tanggal 19 Maret 2023, Pukul 13.00 WIB

berkomunikasi menjelaskan dengan bahasa yang jelas kepada pelanggan. Dengan memberikan informasi yang jelas dan tepat, pelanggan dapat memahami apa saja yang ditanyakan sebelumnya. Seperti yang dikatakan oleh Shanaz selaku pelanggan PT.Pos Indonesia KCP Magetan

“Saat saya datang ke kantor untuk menanyakan kiriman sampai mana, menanyakan cara mengisi formulir, atau bertanya tentang produk kantor pos yang lain, customer servicenya tanggap sekali. Dan benar-benar memandu saya ”<sup>12</sup>

Customer service PT.Pos Indonesia selalu menjaga kesopanan dan keramahan di depan pelanggan. Customer service tidak pernah marah dan sabar dalam menghadapi keluhan para pelanggan. Sama halnya seperti yang dikatakan oleh Krismanto selaku pelanggan PT.Pos Indonesia KCP Magetan, sebagai berikut :

“Selama melakukan pelayanan orangnya sangat menjaga kesopanan di depan pelanggan. Orangnya juga ramah kepada pelanggan, tidak pernah marah dan sabar dalam melayani pelanggan.”<sup>13</sup>

Etika bisnis islam pada prinsip kejujuran telah diterapkan oleh customer service PT.Pos Indonesia KCP Magetan. Prinsip kejujuran dimulai dari memberikan informasi yang benar dan bersikap sopan santun terhadap pelanggan. Prinsip kejujuran dilakukan kegunaannya untuk kemaslahatan bersama baik dari perusahaan maupun dari para pelanggan. Seperti penjelasan dari customer service apabila ada

---

<sup>12</sup> Shanaz, Wawancara tanggal 19 Maret 2023, Pukul 16.00 WIB

<sup>13</sup> Krismanto, wawancara tanggal 19 Maret 2023. Pukul 16.00 WIB

promo dalam layanan pengiriman, customer service tidak lupa share postingan dan menghubungi pelanggan yang sering menggunakan layanan pengiriman pos.

## 2) Prinsip Kualitas Penjualan yang baik (Bertanggung Jawab)

Saat keluhan-keluhan dari pelanggan masuk, customer service PT.Pos Indonesia KCP Magetan bertanggung jawab dalam menyelesaikan keluhan tersebut. Customer service menyelesaikan keluhan yang masuk dengan sangat baik. Apabila keluhan tersebut tidak segera diselesaikan para pelanggan akan membutuhkan kepastian kapan penanganan keluhan bisa diselesaikan. Seperti yang dikatakan oleh Krismanto selaku pelanggan PT.Pos Indonesia KCP Magetan:

“Menurut saya customer service sangat bertanggung jawab sekali karena keluhan dari saya merupakan tanggung jawab seorang customer service dalam melayani, juga pelanggan seperti saya membutuhkan kepastian keluhan tersebut sudah diatasi apa belum.”<sup>14</sup>

Dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan PT.Pos Indonesia KCP Magetan menekankan karyawannya berperilaku baik agar pelanggan merasa puas dan menyenangkan pelanggan. Tersedianya customer service pada PT.Pos Indonesia KCP Magetan ini telah menerapkan perilaku yang baik dan menjaga kualitasnya dalam melakukan pelayanan. Customer service bersikap ramah dan sopan, kepada para pelanggan. Karena sebelum customer service dipilih sudah diseleksi terlebih dahulu oleh pihak manajemen kantor pos

---

<sup>14</sup> Krismanto, wawancara tanggal 19 Maret 2023, pukul 13.00 WIB.

Magetan. Seperti yang dikatakan oleh Supriyadi selaku staff administrasi dan umum sebagai berikut :

“Customer service merupakan orang pilihan, jadi tidak semua orang bisa menjadi customer service. Sebelum dia ditunjuk untuk menjadi customer service sudah diseleksi terlebih dahulu oleh pihak manajemen misalnya seperti disini, siapa yang bisa menjadi customer service bukan hanya pintar atau pandai itu tidak tetapi bagaimana dia secara pribadi memiliki kepribadian yang baik terutama memberikan pelayanan kepada pelanggan. Jadi customer service disini sudah berperilaku baik dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.”<sup>15</sup>

Selain itu seperti yang disampaikan oleh Shanaz selaku pelanggan sebagai berikut :

“Dalam pengalaman saya selama menjadi pelanggan pos selama ini customer service selalu berbicara dengan halus dan sopan. Meskipun kadang kala saya sedikit keras karena membutuhkan informasi lokasi paket saya tetapi customer service menjelaskan dengan sangat baik dan selalu tersenyum.”<sup>16</sup>

Selain itu, hasil wawancara dengan pelanggan menjawab bahwa customer service sudah bertanggung jawab menyelesaikan pelayanan dari awal keluhan masuk hingga keluhan tersebut teratasi. Seperti yang dikatakah oleh Yustini selaku pelanggan PT.Pos Indonesia sebagai berikut :

“Menurut saya customer service sangat bertanggung jawab, orangnya sangat humble dan bertanggung jawab sekali dalam mengatasi keluhan pelanggan. Mulai dari permasalahan di loket maupun permasalahan di operasional hingga permasalahan diluar itu misalkan seperti kami pelanggan keluhan cod yang belum masuk dan sebagainya dari penerima kiriman itu bertanggung jawab.”<sup>17</sup>

---

<sup>15</sup> Supriyadi, wawancara tanggal 11 Maret 2023. Pukul 10.00 WIB

<sup>16</sup> Shanaz, wawancara pada tanggal 19 Maret 2023, pukul 16.00 WIB

<sup>17</sup> Yustini, wawancara tanggal 18 Maret, pukul 14.00 WIB

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan customer service PT.Pos Indonesia KCP Magetan telah menerapkan etika bisnis islam pada prinsip tanggung jawab pada kualitas penjualan yang baik (mutu) selama melakukan pelayanan. Pelanggan PT.Pos Indonesia KPC Magetan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan. Tanggung jawab customer service PT.Pos Indonesia KCP Magetan adalah memberikan pelayanan secara maksimal dan mampu menjaga hubungan baik dengan para pelanggannya.

### 3) Prinsip Kompetensi yang Sehat

Keberadaan customer service pada PT.Pos Indonesia berguna sekali dalam melakukan promosi kepada para pelanggan saat adanya produk terbaru dari kantor pos. kegiatan promosi tersebut berguna untuk memasarkan produk PT.Pos Indonesia KCP Magetan dengan banyaknya persaingan bisnis di bidang pengiriman saat ini. Biasanya kegiatan promosi dilakukan di sekolah maupun instansi pemerintah swasta Magetan untuk diajak kerjasama. Seperti yang disampaikan Sinta Kurniawati selaku customer service PT.Pos Indonesia KCP Magetan, sebagai berikut:

“Memang untuk saat ini banyak sekali jasa pengiriman yang muncul. Banyaknya persaingan bisnis seperti itu untuk bisa meningkatkan penjualan produk pada kantor pos biasanya, saya beserta tim pemasaran melakukan kegiatan promosi di sekolah-sekolah maupun instansi pemerintah swasta. Seperti sekarang adanya aplikasi pospay yang berguna untuk melakukan transaksi pembayaran seperti belanja online, paket dan pulsa data, pembayaran token listrik, pajak motor, tempat penyimpanan uang atau rekening pos, transfer

uang dan lain-lain. Dari promosi tersebut saya mengajak orang-orang yang belum mengetahui produk kantor pos karena kegunaannya yang sangat banyak dan dapat meningkatkan penjualan produk melalui aplikasi pospay. Selain itu dari instansi pemerintah swasta banyak yang mengirimkan suratnya melalui kantor pos juga.”<sup>18</sup>

Berdasarkan hasil wawancara diatas customer service sudah mempromosikan produk PT.Pos Indonesia KCP Magetan yang berguna untuk meningkatkan penjualan dengan banyaknya bermunculan persaingan bisnis pengiriman barang maupun jasa.

#### 4) Prinsip keadilan

Customer service PT.Pos Indonesia KCP Magetan selalu mendahulukan pelanggan yang datang duluan tanpa membedakan pelanggan yang minta diprioritaskan. Tidak ada perbedaan antar pelanggan walaupun sudah lama bekerja sama dengan pos. Seperti yang dikatakan oleh Sinta Kurniawati selaku customer service PT.Pos Indonesia KCP Magetan, sebagai berikut :

“Selama ini saya tidak membedakan pelanggan yang baru atau lama. Tetap saya layani semuanya, tidak ada yang prioritas disini. Memang kadang ada pelanggan yang agak sedikit rewel karena penanganannya minta lebih cepat tapi, semua butuh proses.”<sup>19</sup>

Customer service pada PT.Pos Indonesia dalam memberikan pelayanan sudah cepat dan tepat sehingga pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh customer service. Pelanggan merupakan orang pertama yang memberikan kesan positif dengan pelayanan customer service PT.Pos Indonesia KCP Magetan saat

<sup>18</sup> Sinta Kurniawati, wawancara tanggal 17 Maret 2023. Pukul 14.30 WIB

<sup>19</sup> Ibid

terjadi keluhan. Customer service tidak pernah membedakan antar pelanggan. Seperti yang dikatakan oleh Yustini selaku pelanggan PT.Pos Indonesia KCP Magetan sebagai berikut :

“Kalau untuk melayani keluhan, customer service sangat cepat dan tepat dalam mengetasi keluhan. Seperti apa yang saya butuhkan ingin melacak paket atau menanyakan ongkir kepada customer service. Customer service nya juga tidak membeda-bedakan antara saya dengan yang lainnya semuanya dilayani sampai selesai”.<sup>20</sup>

Customer service PT.Pos Indonesia saat melayani pelanggan sangat berperilaku baik dan menjelaskan dengan baik. Dengan penjelasan yang baik dan jelas, pelanggan dapat memahami apa yang dijelaskan. Seperti penjelasan dari Shanaz selaku pelanggan PT.Pos Indonesia KCP Magetan :

“Customer service menjelaskan keluhan saya dengan baik dan selalu tepat sasaran sesuai keluhan. Bahasanya juga mudah dipahami dan sopan.”<sup>21</sup>

Menjadi customer service harus tanggap dan berlaku adil apa yang diinginkan oleh pelanggan. Customer service pada PT.Pos Indonesia sudah melakukan pelayanan dengan tanggap dan adil terhadap pelanggan. Ketika ada pelanggan yang datang dengan sigap customer service menanyakan keinginan dan kebutuhan pelanggan. Seperti yang dikatakan oleh Supriyadi selaku Staff Administrasi Umum PT.Pos Indonesia KCP Magetan :

“Selama ini Customer service sangat tanggap sekali dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Keluhan yang masuk selalu

---

<sup>20</sup> Yustini, wawancara tanggal 18 Maret 2023, Pukul 14.00 WIB

<sup>21</sup> Shanaz, Wawancara tanggal 19 Maret 2023, pukul 16.00 WIB



teratasi dengan baik oleh customer service. Customer service juga menekankan budaya untuk bersikap adil terhadap para pelanggan agar tidak ada rasa kecemburuan yang timbul saat melayani satu sama lain. Kalau disini customer service selalu diberi arahan dengan manager untuk selalu meningkatkan kualitas pelayanan agar setiap pelanggan puas dan merasa ingin kembali lagi menggunakan jasa Pos Indonesia.

„<sup>22</sup>

Berdasarkan wawancara diatas etika bisnis islam ketika melayani sudah dilakukan oleh customer service. Baik dari prinsip kejujuran customer service yang memberikan secara jelas mengenai promo pengiriman, prinsip kualitas yang baik pada pelayanan dan bertanggung jawab menyelesaikan keluhan atau komplain, prinsip kompetensi yang sehat selalu diterapkan customer service dalam hal melakukan promosi untuk meningkatkan penjualan produk pada PT.Pos Indonesia KCP Magetan, dan prinsip keadilan pada pelanggan lama atau baru customer service tidak membedakan karena semuanya akan sama-sama dilayani sepenuhnya.

### **C. Kendala Pelayanan Customer Service PT.Pos Indonesia KCP Magetan**

Dalam memberikan pelayanan customer service juga mendapat banyak kendala. Kendala tersebut berupa keluhan ataupun komplain terhadap pelayanan yang diberikan. Pada PT.Pos Indonesia KCP Magetan biasanya yang sering terjadi kendala adalah keluhan keterlambatan pengiriman paket dan terkadang ada pelanggan yang cerewet. Terkadang kendala yang beraskan dari pelanggan seperti ada yang meminta terlebih

---

<sup>22</sup> Supriyadi, Wawancara tanggal 11 Maret 2023, Pukul 10.00 WIB

dahulu diprioritaskan terhadap keluhan yang disampaikan. Keluhan tersebut tidak dapat diatasi secara langsung karena membutuhkan waktu dalam penanganannya. Seperti yang dikatakan oleh Sinta Kurniawati selaku customer service PT.Pos Indonesia , sebagai berikut :

“ Ada beberapa pelanggan yang minta diprioritaskan tapi setelah saya kasih pengertian complain apapun itu memang membutuhkan waktu. Apalagi yang berkaitan dengan kiriman, kiriman kan juga ada alat angkutnya. Misal untuk Jawa Timur diatasi untuk sesegera mungkin bisa. Tapi, untuk daerah luar jawa sudah melalui ekspedisi yang laut atau udara itu kita sampaikan kalau kendala-kendalanya tidak hanya di perorangan. Kita kan juga memiliki transit angkutan pasti dimengerti. Ketidaknyamanannya kan bukan dari orangnya kan, bisa jadi karena cuaca, karena kendaraan macet atau yang lain itu kan bukan di atas kendali manusia. Kita juga melakukan monitoring dengan kantor cabang lain untuk melihat keberadaan paket itu masih baik-baik saja atau terjadi kendala yang lain.”<sup>23</sup>

Keluhan-keluhan lain yang terjadi selama ini pada PT.Pos Indonesia yaitu keterlambatan. Keterlambatan tersebut tidak dari kantor pos saja melainkan dari para pihak penerima paket yang biasanya tidak ada dirumah atau pergi ke luar kota. Seperti yang dikatakan oleh Sinta Kurniawati selaku customer service PT.Pos Indonesia KCP Magetan :

“Ada beberapa sih keterlambatan, keterlambatan itu jadi tidak dari pihak pos sendiri. Misalnya, sudah diantar ke rumah ternyata kosong, atau orangnya pergi keluar kota. Jadi, pakatnya kan masih dibawa pak pos karena kendala keterlambatan tersebut. Juga ada dari pelanggan yang bertanya pakatnya kok belum sampai padahal sudah beberapa hari.”<sup>24</sup>

#### **D. Solusi yang dilakukan Customer Service dalam Menangani Keluhan Pelanggan**

Banyak terjadi kasus kendala yang bersifat darurat dan tidak bisa

---

<sup>23</sup> Sinta Kurniawati, wawancara tanggal 17 Maret 2023. Pukul 14.30 WIB

<sup>24</sup> Ibid

teratasi oleh customer service. Penanganannya dapat melibatkan atasan di kantor seperti kepada manager atau kepada executive manager yang ikut andil dalam kasus tersebut. Tetapi, kendala tersebut harus tetap diatasi terlebih dahulu oleh customer service. Seperti yang dikatakan oleh Sinta Kurniawati selaku customer service PT.Pos Indonesia KCP Magetan, sebagai berikut:

“Disini kan juga ada atasan, kalau misal kita kendalanya memang benar-bener dari customer service sendiri tidak bisa menuntaskan, kita juga ada manager dan kepala kantor dan itu nanti misalnya memang benar-bener urgent kiriman atau permasalahan yang dihadapi customer service tidak tuntas. Kita melakukan musyawarah kepada kepala kantor dan manager yang bertanggung jawab juga. Kita juga menawarkan *win-win solution* kepada pelanggan setuju atau nggak dengan solusi yang ditawarkan supaya pelanggan nggak kecewa dengan pelayanan kantor pos.”<sup>25</sup>

Seperti hal lain yang dikatakan oleh Sinta Kurniawati selaku customer service PT.Pos Indonesia KCP Magetan, sebagai berikut:

“Kami juga menyediakan asuransi jika barang yang dikirim hilang ditunggu berhari hari tidak sampai ataupun rusak saat dalam perjalanan. Kasus tersebut banyak sering terjadi keluhan dari pelanggan, dan kami juga tetap memberikan solusi yang terbaik agar pelanggan puas dengan layanan kantor pos.”<sup>26</sup>

Dari hasil wawancara diatas kendala yang terjadi harus sesegera mungkin diatasi oleh customer service yang merupakan tempat pengaduan para pelanggan. Walaupun terkadang customer service tidak bisa mengatasi tetapi, customer service biasanya melakukan musyawarah dengan atasan dan memberikan *win-win solution* kepada pelanggan sehingga hal itu dapat teratasi. Selain itu, juga adanya asuransi ganti rugi dari pihak kantor pos apabila terjadinya kerusakan barang atau barang

---

<sup>25</sup> Ibid

<sup>26</sup> Ibid

hilang saat pengiriman dan tidak kunjung sampai.



**BAB IV**  
**ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM PADA PELAYANAN**  
**CUSTOMER SERVICE (STUDI PADA PT.POS INDONESIA KCP**  
**MAGETAN)**

**A. Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Perilaku Pelayanan**  
**Customer Service PT. Pos Indonesia KCP Magetan**

Etika bisnis juga dapat dipahami sebagai suatu pengetahuan menggunakan tata cara dalam menjalankan bisnis dengan mempertimbangkan norma dan moral secara menyeluruh, ekonomi, dan sosial. Setiap perusahaan harus memperhatikan dan menerapkan etika yang berlaku. Pada dasarnya, etika perlu dilakukan seperti berperilaku jujur, menunjukkan komitmen, integritas dan loyalitas sebagai karyawan. Sedangkan etika bisnis islam merupakan penerapan nilai-nilai moral islam dalam berbisnis yang bertumpu pada Al-quran dan hadis. Etika berfokus pada sikap, tindakan dan perilaku orang-orang dalam hubungan satu sama lain, baik dalam masyarakat serta otoritas publik.

Dalam islam, kegiatan bisnis dilakukan sesuai dengan nilai-nilai Islam. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, etika bisnis islam pada perilaku pelayanan customer service PT. Pos Indonesia KCP Magetan telah sesuai dengan aturan-aturan islam. Aturan tersebut dilihat dari prinsip-prinsip etika bisnis islam, antara lain: Prinsip kejujuran, Prinsip penjualan yang baik (bertanggung jawab), Prinsip kompetensi yang sehat, dan Prinsip Keadilan.

## 1. Prinsip Kejujuran

Pertama, jujur dalam kisaran (kuantitas). Soal kejujuran bukan hanya kunci sukses Seorang pebisnis muslim. Namun etika bisnis modern juga menekankan prinsip kejujuran.<sup>1</sup> Dalam bisnis untuk membangun kepercayaan seorang penjual harus bersikap jujur atau adil, baik terhadap dirinya sendiri maupun orang lain. Dengan kejujuran kepercayaan para pelanggan kepada pembeli akan tercipta dengan sendirinya.<sup>2</sup>

Dari penjelasan teori prinsip kejujuran merupakan sebuah kunci keberhasilan seseorang dalam berbisnis. Jika dalam berbisnis tidak menerapkan sikap kejujuran maka dari salah satu pihak akan merasa dirungikan. Prinsip kejujuran dapat membangun kepercayaan pelanggan kepada perusahaan. Prinsip kejujuran dapat diterapkan ketika seorang karyawan sedang memberikan pelayanan kepada pelanggan. Berdasarkan data wawancara yang diperoleh penulis, terkait pelayanan customer service yang berkaitan dengan informasi pelayanan mengenai produk.

Seperti yang dijelaskan oleh customer service, apabila ada produk dari kantor pos seperti pengiriman barang yang banyak terdapat promo ditanggal cantik, dari pihak customer service selalu membagikan informasi kepada para pelanggannya.

---

<sup>1</sup> Rahmat Hidayat, dkk. *Etika Manajemen Perspektif Islam* (Cv. Pusdikra Mitra Jaya).184

<sup>2</sup> Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis :Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, (Penebar Plus, 2012). 37

Menurut saudara Krismanto yang menjadi pelanggan PT. Pos Indonesia KCP Magetan bahwa pelayanan yang diberikan oleh customer service saat menjelaskan tentang informasi berbagai produk yang ada di kantor pos sangat ramah dan jujur. Saat bertanya informasi keberadaan paket dan pembuatan akun pospay, customer service sangat jujur dalam menjelaskan detail keberadaan paket dan membantu membuat akun pospay.

Selain itu, berdasarkan wawancara dengan saudari Shanaz pelanggan Kantor Pos Indonesia KCP Magetan bahwa pelayanan customer service sangat tanggap. Saat bertanya mengenai cara mengisi formulir customer service sangat membantu dalam menjelaskan tata caranya.

## 2. Prinsip kualitas penjualan yang baik (bertanggung jawab)

Kedua, kualitas penjualan yang baik (*quality*). Salah satu kelemahan etika bisnis adalah tidak transparan tentang kualitas, yaitu mengabaikan tanggung jawab etis dalam bisnis. Padahal tanggung jawab tersebut diharapkan menjadi tanggung jawab penyeimbang (*balance*) antara mencari keuntungan dan menjunjung tinggi norma-norma dasar masyarakat berupa undang-undang, serta etika atau adat istiadat. Menyembunyikan mutu sama

halnya dengan berbuat curang dan bohong. Sebagaimana penjelasan Rasulullah saw.<sup>3</sup>

Pada teori prinsip kualitas penjualan yang baik atau bertanggung jawab perusahaan harus selalu meningkatkan kualitas produk dan mutu serta bertanggung jawab apabila terjadi kelemahan dalam produk tersebut. Agar dapat menjadi produk yang berkualitas harus diperlukan standarisasi kualitas agar pelanggan tidak merasa kecewa saat menggunakannya.

Berdasarkan wawancara dengan pelanggan, menurut Krismanto saat ada terjadi keluhan pada pengiriman paket customer service selalu bertanggung jawab menyelesaikan keluhan tersebut hingga tuntas. Dengan terjadinya hal tersebut berarti bahwa customer service telah menjaga mutu dalam pelayanannya beserta produk yang ada dalam menangani keluhan hingga selesai. Sehingga prinsip menjaga kualitas penjualan yang baik dan bertanggung jawab menangani keluhan sudah diterapkan oleh customer service.

Selain itu, penjelasan dari pak Supriyadi selaku staff administrasi umum Kantor Pos Indonesia KCP Magetan. Bahwa seorang customer service merupakan orang pilihan, tidak semua orang bisa menjadi seorang customer service. Sebelum menjadi customer service, kandidat-kandidat customer service sudah

---

<sup>3</sup> Matnin dan Aang Kunaifi, *Manajemen Lembaga Keuangan Dan Bisnis Islam (Panduan Praktikum Pada Lembaga Keuangan Dan Bisnis Islam)*, Ekonomi (Duta Media Publishing, 2020). 5-6



diseleksi terlebih dahulu oleh pihak manajemen. Menjadi customer service harus berperilaku baik dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.

Hasil wawancara dengan saudari Shanaz bahwa pelayanan customer service sangat ramah dan baik. Customer service selalu menjelaskan dengan baik saat pelanggan bertanya. Bertanggung jawab dalam melayani dengan sepenuh hati.

Penjelasan wawancara dari saudari Yustini customer service bertanggung jawab menangani keluhan dimulai dari permasalahan loket maupun permasalahan di operasional hingga permasalahan di luar seperti keluhan COD yang belum masuk dari penerima kiriman.

### 3. Prinsip Kompetensi yang Sehat

Ketiga, kompetisi yang sehat. Islam melarang persaingan bebas yang menghalalkan segala cara karena melanggar prinsip muamalah Islam. Islam menganjurkan manusia untuk berlomba-lomba dalam kebaikan, artinya persaingan bukan lagi tentang membunuh pesaing lain, melainkan bertujuan untuk memberikan yang terbaik atas usahanya.<sup>4</sup>

Pada dasarnya dalam teori sebuah bisnis harus dilandasi dengan kompetensi yang sehat dengan bisnis yang lainnya. Dengan prinsip bisnis yang sehat upaya untuk mewujudkan etika dalam

---

<sup>4</sup> Ibid

persaingan bisnis dapat terlaksana sehingga menciptakan perilaku bisnis yang beretika dan bermartabat. Saat ini banyak jasa pengiriman bermunculan di Indonesia. Dengan banyaknya jasa pengiriman bermunculan perusahaan harus menerapkan strategi bisnis agar lebih unggul dari perusahaan yang lain. Keberadaan customer service pada PT. Pos Indonesia berguna sekali dalam melakukan promosi kepada para pelanggan. Dengan memberikan pelayanan yang terbaik dan melakukan promosi perusahaan dapat mampu bersaing dengan bisnis jasa pengiriman yang lainnya.

Pada hasil wawancara dengan customer service PT. Pos Indonesia KCP Magetan banyak melakukan kegiatan promosi di sekolah maupun instansi pemerintahan swasta. Dari kegiatan promosi tersebut pihak kantor pos melakukan sosialisasi aplikasi pospay yang banyak sekali kegunaannya. Dengan kegiatan tersebut ternyata masih banyak orang-orang yang belum mengetahui tentang aplikasi pospay. Maka dari itu, pengenalan aplikasi pospay ini sangat berguna untuk menunjang pendapatan penjualan produk Kantor Pos Indonesia.

#### 4. Prinsip Keadilan

Keempat, keadilan. Melaksanakan Keadilan adalah misi yang diutus oleh para rasul. Segala bentuk ketidakadilan harus hilang dari muka bumi. Oleh karena itu, Nabi Muhammad SAW selalu teguh membela keadilan, termasuk keadilan dalam

menjalankan bisnis. Saling menjaga agar hak orang lain tidak terganggu selalu ditekankan dalam menjaga hubungan mereka sebagai bentuk keadilan. Adil kepada konsumen dengan tidak melakukan penipuan dan merugikan konsumen.<sup>5</sup>

Dalam teori keadilan segala aktivitas bisnis, Islam menganjurkan manusia untuk selalu berperilaku adil. Keadilan untuk diri sendiri maupun keadilan secara berkelompok. Keadilan juga dipahami tentang keseimbangan hidup antara dunia dan akhirat. Setiap orang yang melakukan tugasnya secara adil, dalam pekerjaannya akan menghasilkan hasil yang baik pula. Keadilan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan merupakan hal yang utama. Adil tanpa membedakan pelanggan yang baru ataupun sudah lama harus diperhatikan. Karena kunci keberhasilan sebuah bisnis adalah menjaga kepercayaan para pelanggan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan customer service PT. Pos Indonesia KCP Magetan memberikan pelayanan tidak pernah membedakan antara pelanggan baru, pelanggan lama, maupun pelanggan yang prioritas. Bagi customer service adalah pelayanan tetap akan diberikan tanpa membedakan satu sama lain. Dari hal tersebut berarti bahwa customer service menjalankan sikap adil sesuai dengan ajaran agama Islam dan berbisnis.

---

<sup>5</sup> Ibid

Selain itu, wawancara dengan saudari Yustini bahwa pelayanan customer service sangat cepat dan tepat. Seperti apa yang dibutuhkan oleh saudari Yustini customer service sangat tanggap dan tidak pernah membedakan antar pelanggan yang satu dengan yang lainnya. Penjelasan dari Shanaz selaku pelanggan juga menjelaskan bahwa customer service juga sangat tanggap dan tepat sasaran. Selalu berperilaku adil dengan apa yang menjadi keluhan pelanggan.

Sama halnya, ketika melakukan wawancara dengan pak Supriyadi selaku staff administrasi umum penjelasannya yaitu Selama ini Customer service sangat tanggap sekali dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Keluhan yang masuk selalu teratasi dengan baik oleh customer service. Customer service juga menekankan budaya untuk bersikap adil terhadap para pelanggan agar tidak ada rasa kecemburuan yang timbul saat melayani satu sama lain. Kalau disini customer service selalu diberi arahan dengan manager untuk selalu meningkatkan kualitas pelayanan agar setiap pelanggan puas dan merasa ingin kembali lagi menggunakan jasa Pos Indonesia.

## **B. Kendala Pelayanan Customer Service PT. Pos Indonesia KCP Magetan**

Banyak halangan dan hambatan yang akan dihadapi dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Halangan tersebut tergolong

ringan dan tidak juga sangat berat, baik kendala fisik maupun non fisik. Secara umum, yang sering dianggap sebagai hambatan yang paling memberatkan adalah hambatan emosional yang bersifat immaterial atau non fisik. Banyak kejadian dimana pada saat memberikan pelayanan, ternyata apa yang dilakukan tidak diterima dengan baik, hal ini bersumber dari sikap perilaku pelanggan yang seringkali menyebabkan sakit hati.<sup>6</sup> Pelayanan kepada pelanggan merupakan hal yang utama dan harus dilakukan oleh customer service. Dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan, customer service dituntut untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan. Masalah dalam pengiriman.

Hal ini sering terjadi dalam dunia jasa pengiriman. Keterlambatan pengiriman, kehilangan atau kerusakan barang pada saat pengiriman adalah hal yang biasa terjadi. Berdasarkan secara teori dalam memberikan pelayanan customer service mengalami kendala atau komplain dari pelanggan.<sup>7</sup> Dapat disimpulkan dari hasil wawancara dengan customer service PT. Pos Indonesia KCP Magetan, kendala tersebut banyak terjadi yaitu kendala non fisik yang berupa keluhan mengenai keterlambatan paket dan ada beberapa pelanggan yang cerewet ingin diprioritaskan terlebih dahulu. Seperti paket daerah jawa timur pengirimannya dapat dilakukan sesegera mungkin datang ke alamat tujuan. Tetapi ketika paket yang tujuannya berada diluar kota menggunakan jalur laut dan udara kendala nya terjadi pada cuaca yang ekstrim, kemacetan di jalan, dan

---

<sup>6</sup> E.W.H. Murdoko, *Great Customer Service* (Elex Media Komputindo, 2013). 46

<sup>7</sup> A. Rahmaniar, dkk. *Bunga Rampai Isu-Isu Komunikasi Kontemporer 2023* (PT Rekacipta Proxy Media, 2023). 373

gangguan yang lainnya. Kendala tersebut merupakan diluar kemampuan manusia dan dapat terjadi kapan saja.

Terkadang ada pelanggan yang ingin didahulukan saat terjadinya keluhan. Setiap pelanggan mempunyai karakter yang berbeda-beda. Mereka ingin keluhan segera mungkin teratasi tetapi dari pihak customer service juga menjelaskan bahwa keluhan membutuhkan waktu dalam penanganannya. Selain itu, kendala tersebut juga terlihat dari pihak eksternal atau dari pelanggan sendiri. Ketika paket yang datang merupakan paket COD dari pihak penerima paket biasanya terkendala karena tidak ada dirumah atau pergi keluar kota. Kendala tersebut membuat adanya keluhan dari pengirim karena paket terlambat datang dan belum dibayar oleh penerima paket.

### **C. Solusi Customer Service dalam Menangani Keluhan Pelanggan**

Pelanggan mungkin diminta untuk menyetujui usulan solusi alternatif. Secara teknis, proses persetujuan ini dapat melibatkan atasan sebagai perwakilan bila diperlukan, apalagi jika urusannya cukup rumit dan kompleks. Hal ini dilakukan agar nasabah dapat memahami apa yang dilakukan dan mengantisipasi kejadian yang lebih tidak diinginkan.

Dari hasil wawancara dengan customer service penyelesaian keluhan-keluhan tersebut dilihat oleh customer service terlebih dahulu. Apabila kendala keluhan ringan penanganannya jauh lebih cepat. Jika kendala tersebut termasuk kendala berat customer service akan melakukan koordinasi dengan atasan atau manager kantor untuk penyelesaian lebih lanjut. Customer Service

juga memberikan win-win solution kepada pelanggan untuk penanganan keluhan agar tidak ada kejadian yang tidak diinginkan. Jika keluhan yang terjadi seperti paket hilang di jalan ataupun paket rusak saat tiba ditempat dari pihak kantor pos juga menyediakan asuransi untuk ganti rugi barang.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian oleh peneliti dapat disimpulkan pelayanan customer service PT. Pos Indonesia KCP Magetan dilihat dari prinsip etika bisnis islam telah diterapkan antara lain prinsip kejujuran bahwa pelayanan customer service pada saat memberikan informasi telah berdasarkan prinsip kejujuran. Customer service memberikan informasi selalu dengan jelas dan tepat kepada pelanggan. Sedangkan berdasarkan prinsip kualitas penjualan yang baik (bertanggung jawab) customer service dalam menangani keluhan telah bertanggung jawab dari keluhan masuk hingga keluhan tersebut selesai ditangani. Berdasarkan prinsip kompetensi yang sehat, customer service selalu menerapkan pelayanan dengan cara melakukan promosi bisnis yang sehat atau melakukan kerjasama pengiriman surat maupun barang. Pada prinsip keadilan pelayanan customer service sudah menerapkan pelayanan yang adil terhadap pelanggan. Customer service selalu bersikap tanggap, ramah dan cepat terhadap pelanggan.

Adapun kendala customer service dalam memberikan pelayanan adalah banyaknya keluhan keterlambatan pengiriman paket. Keterlambatan paket biasanya terjadi karena kondisi cuaca buruk, pemilik paket tidak ada dirumah, keterlambatan karena kemacetan di jalan. Dari kendala-kendala tersebut memerlukan waktu penanganannya seperti mnghubungi pelanggan,



maupun kantor lain untuk melakukan pengecekan ulang terhadap kiriman paket.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa etika bisnis Islam pada pelayanan customer service PT. Pos Indonesia KCP Magetan sudah diterapkan. Namun peneliti menyadari masih banyak kekurangan di dalamnya. Untuk itu, peneliti memberikan saran agar menjadi bahan pertimbangan penyempurnaan selanjutnya terkait dengan penelitian yang serupa. Adapun beberapa saran dari penulis sebagai berikut :

1. Bagi customer service maupun karyawan PT.Pos Indonesia KCP Magetan untuk tetap menjaga kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Baik etika pelayanan dari segi prinsip syariah maupun umum. Pelayanan yang baik akan memberikan feedback yang lebih baik lagi terhadap perusahaan.
2. Bagi PT. Pos Indonesia KCP Magetan, sebaiknya selalu melakukan evaluasi terkait pengiriman paket dan penanganan waktu keluhan di persingkat lebih cepat agar para pelanggan merasa aman dan nyaman menggunakan jasa PT. Pos Indonesia KCP Magetan.
3. Bagi peneliti selanjutnya penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan menambah wawasan pengetahuan dan sebagai bahan penelitian selanjutnya yang dapat dikaji lebih mendalam tentang permasalahan terkait sehingga yang dibahas dalam penelitian lebih jelas dan lengkap.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amirullah, *Metode & Teknik Menyusun Proposal Penelitian* (Media Nusa Creative (MNC Publishing), 2022) .
- Aprianto dkk, *Etika & Konsep Manajemen Bisnis Islam* (Deepublish, 2020).
- Ardana, N. Syamsiyah and Y. *Kewirausahaan Syariah* (Penerbit NEM, 2022).
- Baidowi, Aris. Etika Bisnis Perspektif Islam, *Jurnal Hukum Islam*, 9 (2011),.
- Brahim, Muh. Nur Eli. *Produk Kreatif dan Kewirausahaan Akuntansi dan Keuangan Lembaga SMK/MAK Kelas XI Semester 2. Bidang Keahlian Bisnis dan Manajemen. Program Keahlian Akuntansi dan Keuangan. Kompetensi Keahlian Akuntansi dan Keuangan Lembaga.* (Penerbit Andi, 2021).
- Candrianto, *Kepuasan Pelanggan Suatu Pengantar* (Literasi Nusantara, 2021).
- Chandra, Andriasan Sudarso, Erbin dkk, *Etika Bisnis: Prinsip dan Relevansinya*, (Yayasan Kita Menulis, 2021).
- Damanuri, Aji. *Metodologi Penelitian Muamalah*, (Ponorogo: STAIN Po Press, 2010).
- Djakfar, Muhammad. *Etika Bisnis :Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, (Penebar Plus, 2012).
- Dokumen Gambar PT.Pos Indonesia KCP Magetan, 2023.
- Dokumen PT.Pos Indonesia KCP Magetan 2023
- Fahmi, Moch. Choirul. Skripsi : *“Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Membangun Loyalitas Pelanggan di Toko Bursa Sajadah Surabaya”*, (Surabaya, UIN Sunan Ampel, 2019).
- Farrān, A.M., *Tafsir Imam Syafi’i*: (Almahira, 2007).
- Fauzi, A., *Pemikiran Etika Bisnis M. Dawam Rahardjo* (Penerbit A-Empat, 2015).
- Fauzi, *Etika Muslim* (Wisdom Science Sea).
- FoEh J.E.H.J. *Perencanaan Bisnis (Business Plan): Aplikasi Dalam Bidang Sumberdaya Alam* (Deepublish, 2020).

- Haitam, Ibnu. Etika Bisnis Islam Kejujuran Menurut Persepsi Atthabary dan Al-Qurtubhy, *Mukaddimah: Jurnal Studi Islam, Volume 2, No.2, Juni 2018*
- Hasan, Muhammad. *ETIKA BISNIS: Konsep, Teori, Dan Isu-Isu Kontemporer* (CV Literasi Nusantara Abadi, 2022).
- Hasibuan, Sri Wahyuni Hasibuan, dkk. *Metodologi Penelitian Bidang Muamalah, Ekonomi Dan Bisnis* (Media Sains Indonesia, 2021).
- Hatmawan, S. Riyanto dan A.A. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen* (Deepublish, 2020).
- Heriyan, Eko Sudarmanto, Nofitri dkk, *Etika Bisnis*, (Yayasan Kita Menulis, 2020).
- Hidayat, Rahmat, dkk. *Etika Manajemen Perspektif Islam* (Cv. Pusdikra Mitra Jaya).
- <https://www.posindonesia.co.id/id/content/sejarah-pos> (diakses pada tanggal 5 Maret 2023, pukul 08.02 WIB).
- Iqbal, Mohammad Iqbal. *Mendongkrak Kinerja Bengkel Roda 4 & 2*, (Elex Media Komputindo, 2020).
- Kamaluddin, Apiaty . dkk, *Administrasi Bisnis, 1* (Sah Media, 2017).
- Khasanah I.K, *Buku Ajar Technopreneurship – Panduan Bisnis Berbasis Teknologi* (Pantera Publishing, 2020) .
- Khasanah, Y.M. *Etika Bisnis Penginapan Dalam Perspektif Ekonomi Syariah* (LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah, 2020).
- Khoirunnisya, Skripsi : *“Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Pelayanan Pada Qifaya Alkarim Tour and Travel di Sukarame Bandar Lampung”*, (Lampung, UIN Raden Intan Lampung, 2022).
- Krismanto, wawancara tanggal 19 Maret 2023. Pukul 16.00 WIB
- Kunaifi, Matnin dan Aang, *Manajemen Lembaga Keuangan Dan Bisnis Islam (Panduan Praktikum Pada Lembaga Keuangan Dan Bisnis Islam), Ekonomi* (Duta Media Publishing, 2020).
- Kurniawati, Sinta. *Customer Service PT. Pos Indonesia*, Wawancara pada tanggal 22 Desember 2022
- Murdoko, E.W.H. *Great Customer Service* (Elex Media Komputindo, 2013).

- Muthmainnah, Skripsi : *“Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Pada Pedagang di Pasar Tradisional Peunayong Banda Aceh”*, (UIN Ar-Raniry Banda Aceh, 2019)
- N, Muhlshotu Jannati. Skripsi : *“Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Kualitas Pelayanan, Promosi dan Bagi Hasil di BMT Surya Abadi Jenangan Ponorogo”*, (Ponorogo, IAIN Ponorogo, 2021).
- Nuralam, Inggang Perwangsa. *Etika Pemasar dan Kepuasan Konsumen dalam Pemasaran Perbankan Syariah*, (Universitas Brawijaya Press, 2017).
- Pahleviannur, M.R. dkk. *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Pradina Pustaka, 2022).
- Pendi, Pepen. *Sukses Menjadi Pramugari*, (Deepublish Publisher, 2020).
- Prasetia, Indra, dkk. *Metodologi Penelitian Pendekatan Teori Dan Praktik* (umsu press, 2022).
- Prasetyo, B.D., dkk. *Komunikasi Pemasaran Terpadu: Pendekatan Tradisional Hingga Era Media Baru* (Universitas Brawijaya Press, 2018).
- Putri, Silvi Rosdiana Rahman. Skripsi : *“Etika Bisnis Pengusaha Muslim Dalam Membangun Loyalitas Pelanggan di Toko LA Surabaya”*, (Surabaya, UIN Sunan Ampel, 2017).
- Rahayu, Yunita dkk. Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Pedagang, *Islamic Economics and Finance Journal*, April 2022, Vol. 1(1).
- Rahmaniar, A, dkk. *Bunga Rampai Isu-Isu Komunikasi Kontemporer 2023* (PT Rekacipta Proxy Media, 2023).
- Rangkuti, Freddy. *Customer Service Satisfaction & Call Centre Berdasarkan ISO 9001*, (Gramedia Pustaka Utama, 2013).
- Roosinda, F.W. dkk. *Metode Penelitian Kualitatif* (Zahir Publishing).
- Rukin, *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi* (Jakad Media Publishing).
- Safitri, Sri Wahyuni. Skripsi : *“Pengaruh Pelayanan Prima Dan Etika Bisnis Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat KC Makassar”*, (Makassar, UIN Alauddin Makassar, 2021).
- Sahban, Sri Mulyono. *Etika Bisnis Islam*, ( CV. Alliv Renteng Mandiri, 2021).
- Sahir, S.H. dkk. *Keterampilan Manajerial Efektif* (Yayasan Kita Menulis, 2020).

- Sari, I.N., dkk. *Metode Penelitian Kualitatif* (UNISMA PRESS, 2022).
- Sari, Tiara Purnama. Skripsi : “*Penerapan Etika Customer Service Dalam Memberikan Pelayanan Kepada Nasabah Bank Muamalat Kota Manna Kabupaten Bengkulu Selatan*”, (Bengkulu, IAIN Bengkulu, 2021).
- Sawir, Muhammad. *Birokrasi Pelayanan Publik Konsep, Teori, Dan Aplikasi*, (Deepulish,2020).
- Sholiha, Imroatus, ‘Bisnis dalam Pandangan Islam’, *Iqtishodiyah : Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 5.2 (2019),
- Sinta kurniawati, wawancara tanggal 17 Maret 2023. Pukul 14.30 WIB
- Sudarmanto, E. dkk, *Metode Riset Kuantitatif Dan Kualitatif* (Yayasan Kita Menulis, 2022).
- Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif kualitatif dan R&D*, (Alfabeta Bandung, 2015).
- Supriyadi, wawancara tanggal 11 Maret 2023. Pukul 10.00 WIB
- Suteja, W. *Panduan Layanan Konsumen* (Grasindo).
- Syahputra, Angga . Etika Berbisnis Dalam Pandangan Islam, *Jurnal At-Tijarah Vol.1 No. 1 Januari – Juni 2019*.
- Syanas, wawancara pada tanggal 19 Maret 2023, pukul 16.00 WIB
- Tarigan, Sisca, Sri Aprianti, dkk. *Service Marketing: Pendekatan Teori dan Praktik*, (Media Sains Indonesia, 2022).
- Wahyuni, Afif Izam Taufik dan Ajeng. Efektivitas Pemberdayaan Zakat Produktif di Laboratorium Zakat, Infak, Sedekah dan Wakaf IAIN Ponorogo, *NIDHOMIYA: Research Journal of Islamic Philanthropy and Disaster Vol.1, No.1, (2022)*.
- Weny, *Pembelajaran Etika Dan Penampilan Bagi Millennial Abad 21* (Guepedia).
- Wijaya, H. *Analisis Data Kualitatif: Sebuah Tinjauan Teori & Praktik* (Sekolah Tinggi Theologia Jaffray, 2019).
- Yustini, wawancara 18 Maret 2023, Pukul 14.00 WIB
- Zein, A.Indi. Skripsi : “*Implementasi Konsep Etika Bisnis Islam Dalam Pelayanan Perbankan*”, (Bone, IAIN Bone, 2020)