

**ANALISIS PELAYANAN PRIMA PERSPEKTIF ETIKA
BISNIS ISLAM DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING
UMKM
(studi kasus pada UMKM kuliner Bebekan Taman Sidoarjo)**

SKRIPSI

Oleh:

Rizky Candra Maulana

NIM: G04219068



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA**

2023

PERNYATAAN

Saya, Rizky Candra Maulana, G04219168, menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (plagiarism) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di UIN Sunan Ampel Surabaya, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Di dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di UIN Sunan Ampel Surabaya.

Surabaya, 05 Mei 2023

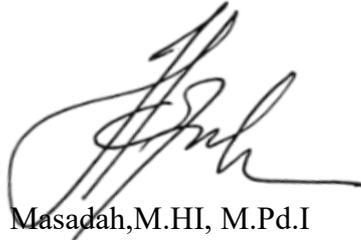


Rizky Candra Maulana
NIM. G04219068

Surabaya, 9 Mei 2022

Skripsi telah selesai dan siap untuk diujikan

Dosen pembimbing.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Masadah', written in a cursive style.

Masadah, M.HI, M.Pd.I

NIP: 197812052006042003

LEMBAR PENGESAHAN

ANALISIS PELAYANAN PRIMA PERSPEKTIF RTIKA BISNIS ISLAM DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM

(Studi kasus pada UMKM kuliner Bebekan Taman Sidoarjo)

Oleh

Rizky Candra Maulana

NIM: G04219068

Telah dipertahankan oleh dewan penguji pada tanggal 17 Mei 2023 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

Susunan dewan penguji

1. Masadah M.HI, M.Pd.I
NIP.197812052006042003
2. Dr. Lilik Rahmawati, S.Si., M.E.I
NIP.196106062009012008
3. Maziyah Mazza Basya, M.SEI
NIP.199001092019032014
4. Ismatul Khayati,ME
NIP.199010132022032001

Tanda Tangan



Surabaya, 17 Mei 2023

Dekan,



Dr. Surajul Arifin, S.Ag.,S.S.,M.E.I

NIP. 197005142000031001 ↴



UIN SUNAN AMPEL
SURABAYA

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Rizky Candra Maulana

NIM : G04219068

Fakultas/Jurusan : Ekonomi Dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah

E-mail address : g04219068@student.uinsby.ac.id

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)
yang berjudul :

“ANALISIS PELAYANAN PRIMA PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM DALAM
MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM

(studi kasus pada UMKM kuliner Bebekan Taman Sidoarjo)

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 06 juli 2023

Penulis

(Rizky Candra Maulana)

ABSTRAK

Skripsi yang berjudul “**Analisis Pelayanan Prima Perspektif Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi Kasus Pada UMKM kuliner Desa Bebekan Taman Sidoarjo)**”. merupakan penelitian lapangan yang bertujuan untuk menjawab rumusan masalah mengenai bagaimana pelayanan yang diterapkan UMKM kuliner, dan Peran pelayanan prima perspektif etika bisnis Islam dalam meningkatkan daya saing UMKM kuliner Desa Bebekan.

Metode penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif dengan menggunakan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara dengan pemilik atau pengelola UMKM kuliner dan pelanggan di Desa Bebekan serta dokumentasi sebagai data pendukung (data sekunder) penelitian ini.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelayanan prima perspektif etika bisnis Islam yang diterapkan pelaku UMKM kuliner di Desa Bebekan belum seluruhnya melaksanakan indikator etika pelayanan Islam dengan baik dan benar, masih terdapat beberapa indikator yang kurang diperhatikan mulai dari komunikasi, pakaian, sampai perawatan vasilitas pelayanan. Dan terdapat ketimpangan pendapatan atau penjualan kuliner perharinya antara UMKM kuliner yang menjalankan indikator pelayanan prima lebih banyak dibandingkan sebaliknya yang memperoleh penghasilan dan jumlah penjualan lebih rendah.

Bedasarkan hasil penelitian di atas, maka disarankan kepada pelaku UMKM kuliner di Desa Bebekan agar memperhatikan dan menjalankan etika pelayanan Islam secara menyeluruh dan konsisten agar dapat meningkatkan daya saing usaha.

Kata kunci: Pelayanan prima, Etika pelayanan Islam, Daya saing.

ABSTRACT

The thesis entitled "**Analysis of Excellent Service from the Perspective of Islamic Business Ethics in Improving UMKM Competitiveness (Case Study on Culinary UMKM in Bebekan Taman Sidoarjo Village)**". is a field research that aims to answer the formulation of the problem regarding how services are applied to culinary MSMEs, and the role of excellent service from the perspective of Islamic business ethics in increasing the competitiveness of culinary UMKM in Bebekan Village.

This research method is a descriptive qualitative research using data collection techniques in the form of observation, interviews with owners or managers of culinary UMKM and customers in Bebekan Village as well as documentation as supporting data (secondary data) for this research.

The results of this study indicate that the excellent service from the perspective of Islamic business ethics applied by culinary UMKM in Bebekan Village has not fully implemented the indicators of Islamic service ethics properly and correctly, there are still several indicators that have received less attention, starting from communication, clothing, to maintenance of service facilities. And there is inequality in income or culinary sales per day between culinary UMKM that run more excellent service indicators than those who earn income and lower sales volume..

Based on the results of the research above, it is suggested to culinary MSMEs in Bebekan Village to pay attention to and implement Islamic service ethics thoroughly and consistently in order to increase business competitiveness.

Keywords: Excellent service, Islamic service ethics, Competitiveness.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

Daftar Isi

LEMBAR PENGESAHAN	IV
PERNYATAAN	VI
KATA PENGANTAR	VIII
ABSTRAK	XI
ABSTRACT	XII
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi dan Batasan Masalah	9
1.3 Rumusan Masalah	10
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Manfaat Penelitian	11
1.6 Kontribusi Riset	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Landasan Teori	13
2.1.1 Etika Bisnis Islam	13
2.1.2 Pelayanan Prima	40
2.1.3 Daya Saing	54
2.2 Penelitian Terdahulu	67
BAB III METODE PENELITIAN	77
3.1 Jenis dan Sumber Data	77
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	79
3.3 Teknik Pengumpulan Data	80
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	85
4.1 Gambaran Umum Subjek dan Objek Penelitian	85
4.1.1 Letak geografis Desa Bebekan	85
4.1.2 UMKM kuliner di Desa Bebekan	86
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	92
4.2.1 Etika Pelayanan UMKM kuliner Desa Bebekan	92
4.2.1 Peran etika pelayanan Islam dalam meningkatkan daya saing UMKM kuliner Desa Bebekan	103
4.3 Analisis Data	106

4.3.1	Pelayanan Prima Perspektif Etika Bisnis Islam pada UMKM kuliner Desa Bebekan	108
4.3.2	Peran Pelayanan prima perspektif etika bisnis Islam dalam meningkatkan daya saing UMKM kuliner Desa Bebekan	171
4.4	Pembahasan	180
4.4.1	Pelayanan Prima Perspektif Etika Bisnis Islam pada UMKM kuliner Desa Bebekan	180
4.4.2	Peran Pelayanan prima perspektif etika bisnis Islam dalam meningkatkan daya saing UMKM kuliner Desa Bebekan	206
BAB V PENUTUP		208
5.1	Kesimpulan	208
5.2	Saran	209
Daftar pustaka		211
LAMPIRAN		214
<i>Lampiran 1 Biodata peneliti</i>		<i>214</i>
<i>Lampiran 2 data pertanyaan wawancara</i>		<i>215</i>
<i>Lampiran 3 dokumentasi penelitian</i>		<i>248</i>

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	66
Tabel 4.1 Jumlah UMKM kuliner	85
Tabel 4.2 Jumlah UMKM	85
Tabel 4.3 Macam-Macam kuliner	86
Tabel 4.4 Pembagian Ringan.....	87

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

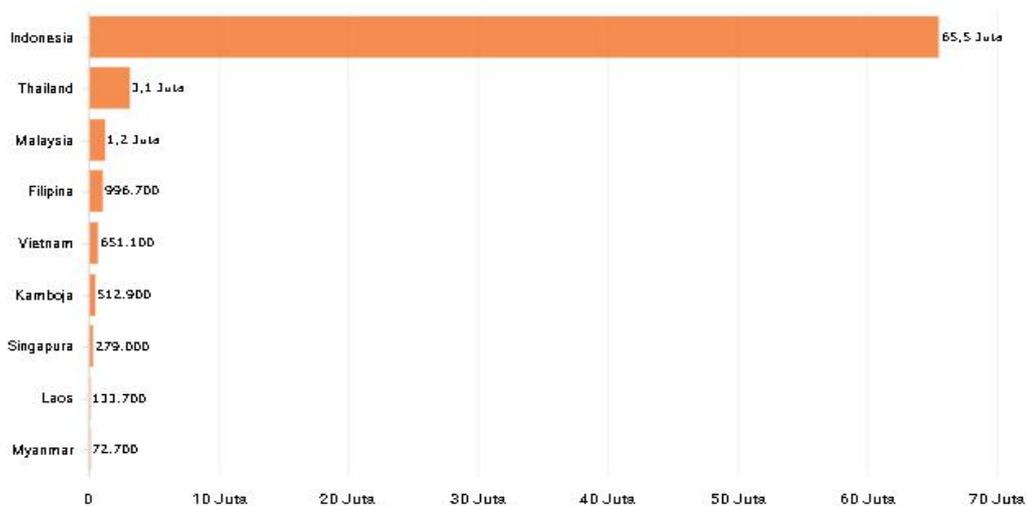
DAFTAR GAMBAR

Gambar	1.1	Data	Perbandingan	Jumlah	Negara	
ASEAN.....						1
Gambar	1.2	Data	Peningkatan	UMKM	di	
Indonesia.....						2
Gambar	1.3	Data	Jumlah	UMKM	Tiap	
Provinsi.....						4
Gambar	1.4	Suasana	tempat	UMKM	di	
Bebekan.....					Desa	6
Gambar			2.1			
konseptual.....					kerangka	73
Gambar		4.1		Peta		
Bebekan.....					Desa	85
Gambar	4.2	Perbandingan	Omset	Pendapatan	UMKM	
Bakso.....						173
Gambar	4.3	Perbandingan	Omset	Pendapatan	UMKM	
Gorengan.....						174
Gambar	4.4	Perbandingan	Omset	Pendapatan	UMKM	
Soto.....						176
Gambar Dokumentasi Penelitian.....						243

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi seperti yang terjadi sekarang dan perkembangan teknologi informasi yang sangat cepat, memunculkan tren keinginan dan kebutuhan masyarakat yang sangat beragam, terutama pada sektor ekonomi. Meningkat atau menurunnya ekonomi disuatu negara juga dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satu faktornya adalah keterlibatan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Sesuai dengan UUD 1945 pasal 33 ayat 4, UMKM merupakan bagian dari perekonomian bangsa Indonesia yang berwawasan kemandirian serta memiliki potensi besar untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan mengurangi pengangguran.



Gambar 1.1 data perbandingan jumlah UMKM negara ASEAN yang bersumber dari ASEAN Investment Report

Indonesia merupakan negara dengan jumlah UMKM terbanyak se ASEAN, hal ini menurut *ASEAN Investment Report* yang dirilis September 2022. Dalam laporan tersebut Indonesia tercatat mempunyai 65,46 juta pelaku UMKM pada tahun 2021. Dikutip dari web KominfoRI bahwa UMKM di Indonesia memegang peranan penting dalam penggerak ekonomi. UMKM di Indonesia tahun 2021 berkontribusi sebanyak 61% PDB, dan mampu menyerap tenaga kerja sebanyak 97% dari jumlah penerapan tenaga kerja nasional. Dan sebesar 30,4% pelaku UMKM telah bergabung di berbagai platform *e-commerce*. Maka dari itu diperlukan pengawasan dan pemberdayaan terhadap usaha mikro, kecil, dan menengah ini dari pemerintah agar pemerataan dan hambatan yang akan terjadi bisa segera diatasi serta agar jumlah pelaku

Statistik Pertumbuhan UMKM di Indonesia 1997–2019



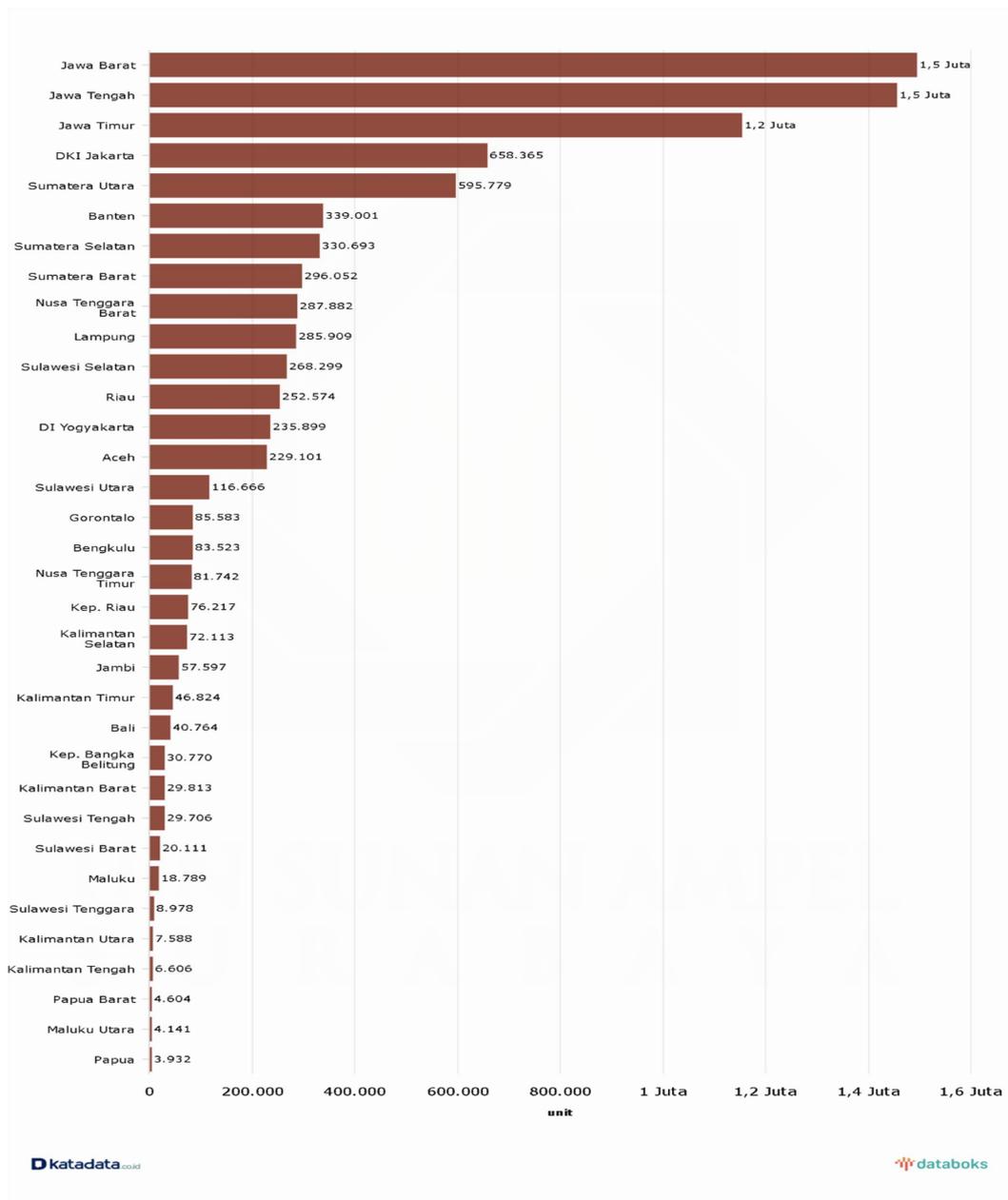
UMKM di Indonesia akan terus meningkat sesuai dengan data berikut:

gambar 1.2 data peningkatan UMKM di Indonesia yang bersumber dari badan pusat statistik Indonesia

Terdapat beberapa alasan yang mendasari pentingnya UMKM terhadap perekonomian nasional antara lain: *pertama* Terdapat jumlah UMKM yang besar dan merata di segala penjuru dari perkotaan, pedesaan, bahkan hingga ke wilayah plosok. *kedua* UMKM tergolong usaha yang padat karya yang mempunyai potensi pertumbuhan usaha dan peningkatan pendapatan yang besar. *Ketiga* UMKM banyak menampung para pekerja dengan pendidikan yang rendah. *keempat* UMKM mampu bertahan di kondisi krisis contohnya pada tahun 1997/1998. *Kelima* Sebagai wadah dalam peningkatan kemampuan wiraswasta. *keenam* Menjadi alat investasi bagi warga pedesaan. *ketujuh* UMKM mampu memberikan barang-barang dengan harga yang relatif murah (Tulus,Tambun.2012).

Pemerintah sebagai pilar utama dalam dalam ranah pemerataan UMKM di Indonesia mengetahui bahwa dalam menjalankan usaha mikro, kecil, dan menengah akan menemui banyak tantangan. Dikutip dari situs resmi kementerian investasi/BPKM Indonesia, pemerintah mempunyai beberapa program bagi UMKM untuk mengatasi masalah tersebut. Program yang sedang dijalankan pemerintah antara lain: Dukungan langsung terhadap UMKM berupa bantuan insentif serta pembiayaan melalui program pemulihan ekonomi nasional (PEN), kredit usaha rakyat (KUR), Gerakan nasional bangga buatan Indonesia (GERNAS BBI), digitalisasi pemasaran UMKM, menaikkan hak dan

kewajiban UMKM dengan undang-undang cipta kerja, dan penguatan wirausaha.



Gambar 1.3 jumlah data UMKM tiap provinsi yang bersumber dari Kementerian Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah, 2022

Dari tabel tersebut dijelaskan bahwa Jawa Timur merupakan provinsi ke tiga tertinggi jumlah UMKM yang ada di Indonesia. Oleh sebab itu saat ini masing-masing daerah di Indonesia khususnya di Jawa Timur sedang mendeklarasikan program-program mengenai pemberdayaan UMKM, salah satunya di kabupaten Sidoarjo, dikutip dari situs resmi Kabupaten Sidoarjo, Ahmad Muhdlor sebagai Bupati Sidoarjo membikin program kerja tentang UMKM yakni gerakan “Ayo Belanja Produk Lokal”. Salah satunya dengan cara mengajak para masyarakat di wilayahnya agar berbelanja produk usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dan mengintruksikan agar memperbanyak event atau pameran tentang UMKM, hal tersebut bertujuan untuk mendukung UMKM yang berada di Sidoarjo yang jumlahnya lebih dari seratus ribu UMKM, hal tersebut bertujuan agar UMKM bisa berkembang dan dapat mengurangi angka pengangguran.

Kabupaten Sidoarjo terdapat 18 kecamatan, 31 kelurahan, dan 322 desa. Desa Bebekan merupakan Salah satu desa yang terletak di Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo, dengan luas wilayah 63 Ha dan jumlah penduduk pada juni 2022 mencapai 6448 jiwa. di Desa Bebekan terdapat 25 rukun tetangga (RT) dan 7 rukun warga (RW). Banyak masyarakat di Desa Bebekan yang membuka usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) sebagai sumber pendapatannya.

Efektifitas penjualan barang dan jasa di Desa Bebekan terutama pada sektor kuliner saat ini sedang meningkat. Dari data yang diperoleh dari kelurahan Bebekan terdapat 381 UMKM yang berada di Desa Bebekan dan 114 diantaranya merupakan UMKM Kuliner yang berada di Desa Bebekan. Para pelaku UMKM kuliner di Desa Bebekan bisa memperoleh penghasilan bersih sebesar 7-12 juta rupiah setiap bulannya.



Gambar 1.4 suasana UMKM kuliner Desa Bebekan

Minat dari para pelanggan yang tinggi terhadap UMKM dan hasil yang bisa didapatkan dari UMKM kuliner yang menjadi dasar bagi para pelaku usaha untuk membuka usaha mikro, kecil, dan menengah ini. Para pelanggan yang datang tidak hanya masyarakat di desa tersebut saja tetapi dari segala penjuru daerah, bahkan ada yang dari wilayah kabupaten atau kota lain yang berbelanja produk UMKM kuliner di Desa Bebekan.

Sebagian para pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) kuliner di Desa Bebekan saat ini kurang menyadari betapa pentingnya kualitas pelayanan dalam meningkatkan daya saing, Para pelaku UMKM lebih cenderung mementingkan output yang dihasilkan

tanpa terlalu memikirkan aspek pelayanan serta masih terdapat pelaku usaha yang beranggapan bahwa dalam memenangkan daya saing hanya bisa dilakukan oleh pelaku usaha yang mempunyai modal besar saja. Selain itu terdapat karakter pelanggan yang berada di Desa Bebekan yang lebih memilih membeli produk dengan harga yang agak tinggi tetapi dengan kualitas pelayanan yang prima atau pelayanan terbaik, dibandingkan membeli produk di toko yang kurang atau tidak sopan dalam hal pelayanan, walaupun dengan harga produk yang lebih rendah.

Tetapi sebagian UMKM kuliner Desa Bebekan yang lain juga mempunyai pelayanan yang bisa dianggap prima dari segi komunikasi kepada pelanggan sehingga pelanggan merasa empati kepada UMKM yang didatangi, dari kecepatan dan ketepatan waktu dan harga yang terjangkau serta pemilihan pakean yang digunakan dalam berjualan telah menutup aurot dan bersih yang membuat pelanggan beranggapan bahwa pelayanan yang diberikan UMKM kuliner di Desa Bebekan merupakan pelayanan yang prima dari sisi UMKM.

Mayoritas penduduk di Desa Bebekan beragama muslim sehingga dalam melakukan sesuatu hal hendaknya berpatokan kepada maqoshid syariah. Hal ini dilakukan agar usaha yang dijalankan tetap mendapat barokah dari Allah Swt dan tidak merugikan salah satu pihak. Termasuk juga dalam menjalankan bisnis UMKM kuliner yang banyak dilakukan oleh masyarakat Desa Bebekan. Agama Islam merupakan agama yang menjunjung tinggi nilai-nilai norma dan kesopanan, santunan,

serta saling menghargai antar makhluk. Dalam Islam juga diatur cara-cara pelayanan bagi usaha, mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Agama Islam bukan hanya suatu agama yang dianut dan dijalankan oleh manusia saja tetapi agama Islam juga bisa sebagai pedoman dalam melakukan bisnis Islam.

Banyak dari kalangan sahabat Nabi, keluarga Nabi dan bahkan Nabi Muhammad saw juga pernah berdagang dengan menggunakan etika bisnis Islam. Sebagai umat muslim dianjurkan agar meniru strategi bisnis yang dilakukan Nabi Muhammad saw ketika Nabi berdagang dahulu, Nabi selalu memaksimalkan penjualan terutama dalam hal pelayanan dan kejujuran yang selalu Nabi terapkan di setiap usahanya. Pada saat berdagang Nabi selalu memberikan kualitas pelayanan yang prima agar para pelanggan tertarik untuk membeli produk di usahanya. Oleh sebab itu sebagai seorang muslim hendaknya meniru konsep bisnis yang telah diterapkan Nabi Muhammad saw.

Dari paparan masalah yang dijelaskan sebelumnya maka alasan peneliti memilih analisis pelayanan prima perspektif etika bisnis Islam pada UMKM kuliner di desa Bebekan yakni dikarenakan ditemukan data bahwa sebagian besar pelaku usaha UMKM kuliner Desa Bebekan beranggapan bahwa hanya pelaku usaha yang mempunyai modal besar saja yang dapat meningkatkan daya saing, ditemukan data juga bahwa terdapat pelanggan yang memperhatikan aspek pelayananan sebelum membeli produk dan mayoritas agama yang dianut oleh pelaku usaha

yakni agama islam, serta pelayanan yang dilakukan pelaku usaha UMKM kuliner Desa Bebekan sudah adaptif, responsive, dan penuh tanggung jawab kepada pelanggan.

1.2 Identifikasi dan Batasan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

1. Permintaan pelanggan dalam hal pelayanan UMKM kuliner semakin kompleks;
2. Daya saing pada UMKM kuliner semakin tinggi;
3. Kurang diterapkannya etika bisnis Islam pada UMKM kuliner;
4. Terdapat tipe pelanggan yang memilih membeli produk dengan harga lebih tinggi tetapi dengan etika pelayanan yang prima dibandingkan sebaliknya;
5. Terdapat pelaku UMKM kuliner yang beranggapan bahwa dalam meningkatkan daya saing usaha hanya bisa dilakukan oleh pelaku usaha yang mempunyai modal besar, dan banyak dari para pelaku usaha yang tidak mengetahui tentang pentingnya etika pelayanan dalam meningkatkan daya saing;
6. Para pelaku UMKM kuliner kebanyakan lebih memikirkan hal produksi dibandingkan dengan kualitas pelayanan yang diberikan sebagai upaya peningkatan daya saing;
7. Kurangnya modal usaha;

8. Legalitas usaha tentang nomor pokok wajib pajak (NPWP) hingga hak kekayaan intelektual (HAKI) hal tersebut penting dalam memasarkan produk UMKM ke mancanegara;
9. Kurangnya manajemen pengelolaan usaha dengan baik;
10. Dari segi pemasaran para pelaku UMKM memiliki keterbatasan dalam informasi peluang pasar yang dituju.

1.2.2 Batasan Masalah

Dalam penelitian ini mempertimbangkan keterbatasan peneliti seperti keterbatasan waktu, tempat, dan biaya. Karena untuk menjaga keefisienan serta keefektifan penelitian, maka peneliti membatasi masalah sebagai berikut:

1. Pada penelitian ini objek dalam penelitian ini hanya terbatas pada UMKM kuliner di Desa Bebekan Taman Sidoarjo;
2. Subjek dalam penelitian ini hanya terbatas mengenai Etika pelayanan Islam untuk meningkatkan daya saing bagi UMKM kuliner di Desa Bebekan Taman Sidoarjo;
3. Waktu penelitian ini terbatas hanya dua bulan saja;
4. Tempat penelitian ini hanya pada UMKM kuliner di Desa Bebekan Taman Sidoarjo.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dipaparkan, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pelayanan prima perspektif etika bisnis Islam pada UMKM kuliner Desa Bebekan?
2. Bagaimana peran pelayanan prima perspektif etika bisnis Islam dalam meningkatkan daya saing pada UMKM kuliner di Desa Bebekan?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pelayanan prima perspektif etika bisnis Islam pada UMKM kuliner dalam meningkatkan daya saing
2. Untuk mengetahui peran Pelayanan Prima Perspektif Etika Bisnis Islam dalam Meningkatkan Daya Saing pada UMKM Kuliner di Desa Bebekan Taman Sidoarjo.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat bagi akademis

Untuk menambah wawasan dan pengalaman dalam menulis karya tulis ilmiah, serta bisa dijadikan rujukan dalam penelitian selanjutnya.

2. Manfaat bagi masyarakat

Sebagai ilmu dan wawasan terbaru mengenai pelayanan usaha mikro, kecil, dan menengah perspektif etika bisnis Islam, serta dapat menumbuhkan keinginan bagi masyarakat untuk membuka usaha UMKM khususnya dibidang kuliner, guna untuk mengurangi angka pengangguran dan ikut ambil serta dalam kestabilan ekonomi nasional.

3. Manfaat bagi pelaku usaha, mikro, kecil, dan menengah (UMKM),

Menambah wawasan tentang pelayanan prima perspektif etika bisnis Islam dan mengetahui perannya dalam meningkatkan daya saing.

1.6 Kontribusi Riset

Kontribusi riset dalam penelitian ini adalah dengan memaparkan data dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi kepada pembaca tentang etika pelayanan untuk meningkatkan daya saing UMKM di Desa Bebekan Taman Sidoarjo dan menganalisis pelayanan prima untuk meningkatkan daya saing perspektif etika bisnis Islam.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Etika Bisnis Islam

1. Pengertian

Etika sendiri berasal dari bahasa Yunani “etos” yang berarti sikap, kepribadian, watak, karakter serta keyakinan atas sesuatu. Dari kata tersebut muncullah istilah “etic” atau “etika” yang mempunyai arti moral, pedoman, dan perilaku. maka etos sendiri diartikan sebagai karakteristik, kebiasaan, dan sikap serta kepercayaan yang bersifat khusus tentang individu atau kelompok manusia (Kasmawati, 2018:22). Etika juga biasa diartikan akhlaq, kebiasaan, adat, watak, perasaan, cara berpikir, sikap, dan karakter, serta kesusilaan (R. Smis dalam Fauzia, 2021). Menurut Fauzia (2021) pengertian etika secara terminologi adalah nilai-nilai atau norma-norma yang menjadi pegangan bagi individu atau kelompok dalam mengatur tingkah lakunya. Etika merupakan prinsip-prinsip perilaku yang benar atau baik sesuai dengan standar atau ketentuan perilaku pada suatu profesi.

Menurut Wahid dkk dalam Gazali (2002) etika mempunyai pengertian yang luas yang meliputi suatu proses yang kompleks mengenai hal yang harus dilakukan dan hal yang tidak boleh

dilakukan dalam situasi tertentu, proses tersebut meliputi keseimbangan sisi luar dan keseimbangan sisi dalam yang dialami oleh masing-masing individu. Menurut Hamzah Ya'kub (2000) etika juga bisa disebut dengan kode etik, atau suatu ilmu yang mempelajari baik dan buruknya suatu amal perbuatan manusia yang sejalan dengan akal pikiran manusia. K.Bertens (2013) berpendapat etika adalah norma-norma dan nilai-nilai moral yang pada dasarnya dipraktikan oleh manusia dan juga etika adalah pemikiran moral atau refleksi, contohnya: ketika manusia berpikir tentang baik atau buruknya kegiatan yang akan dilakukan. Etika merupakan cabang ilmu filsafat yang utama yang membahas tentang kualitas dan nilai yang kemudian disamakan artinya dengan bahasan standart dan penilaian moral. Standrat penilaian moral merujuk pada penilaian masyarakat, termasuk dalam hal organisasi bisnis dan aktivitas lainnya. Adanya standart dan penilaian moral berguna untuk keharmonisan kehidupan manusia dengan alam (Yunia, 2021).

Bisnis pada umumnya diartikan sebagai suatu aktivitas ekonomi yang dilakukan oleh seorang atau kelompok yang bertujuan untuk menyediakan barang dan jasa dan bertujuan untuk mendapatkan keuntungan dari kegiatan ekonomi tersebut. Orang yang menggunakan waktu, tenaga, materinya serta berani menanggung resiko dalam menjalankan kegiatan bisnis disebut entrepreneur (Sudaryono, 2015). Etika di dalam bisnis sudah disepakati oleh kelompok bisnis atau

orang lain yang berkaitan dengan bisnis, hal tersebut yang dijadikan acuan dan tujuan dalam berbisnis, hal tersebut meliputi: memberikan kesadaran kepada pelaku bisnis bahwa terdapat etika dalam berbisnis, sebagai pegangan argumen moral dalam tiap bisnis yang dijalankan dan membantu menentukan sikap moral yang tepat dan sopan dalam menjalankan bisnis (Arifin, 2008).

Muhammad Saifulloh dalam Marzuqi dan Latif (2010) berpendapat bahwa etika bisnis merupakan seperangkat aturan-aturan atau etika yang membedakan baik dan buruk, benar, harus, salah, dan sebagainya, atau dengan kata lain etika bisnis merupakan seperangkat aturan norma yang harus dijunjung tinggi oleh para pelaku bisnis dalam berperilaku, bertransaksi, dan berelasi guna untuk mencapai tujuan-tujuan bisnis dengan selamat. Etika bisnis juga mengatur aspek hukum tentang pengelolaan, kepemilikan, dan pendistribusian harta. Bisnis yang beretika yakni suatu bisnis yang memiliki komitmen dengan tulus dalam menjaga kontrak sosial yang sudah berlangsung (Rivai dan Bukhari, 2013).

Dipandang dari sudut ekonomi, bisnis yang baik merupakan bisnis yang membawa keuntungan, akan tetapi dalam memperoleh keuntungan dalam bisnis tidak bersifat sepihak sehingga bisnis dapat saling menguntungkan antar kedua belah pihak, maka bisnis yang baik harus memperhatikan etika dalam bisnis (frederik, 2012). Dari beberapa pengertian tentang etika bisnis dapat disimpulkan bahwa

etika bisnis yaitu aturan-aturan yang berhubungan erat dengan norma dan prinsip-prinsip umum yang berlaku di masyarakat yang bertujuan untuk memberikan rasa aman dan nyaman kepada semua pihak melakukan bisnis, yang ada di dalam etika bisnis mencakup aspek hukum, pengelolaan, kepemilikan, dan pendistribusian harta.

Sedangkan Bisnis Islam merupakan serangkaian bisnis dengan bermacam-macam bentuknya dan tidak dibatasi kepemilikannya serta profit atau keuntungan yang didapatkan, tetapi dalam bisnis Islam dibatasi oleh cara memperolehnya dan mempergunakan hartanya, apakah cara memperoleh dan menggunakan hartanya dari barang atau jasa yang halal atau haram (Rivai dan Bukhari, 2013). Bisnis dalam Islam atau bisnis syariah merupakan bisnis yang berlandaskan kepada al-qur'an dan hadist dimana terdapat kesesuaian bisnis yang mana dalam bisnis Islam dianggap suatu ibadah kepada Allah Swt dan selalu mengharap keberkahan dan keridhaanNya (Agustin,2017). Dalam kata lain etia bisnis Islam adalah sejumlah perilaku bisnis yang dIbungkus dan didasari oleh nilai-nilai Islam yang lebih mengedepankan perintah dan menjauhi laranggaNya serta memperhatikan aspek halah, haram dan kemaslahatan kepada sesama.

Dalam menjalankan sebuah usaha atau bisnis agama Islam selalu memperhatikan aspek keseimbangan antara kehidupan dunia dan kehidupan di akhirat, hal tersebut selalu menjadi pegangan bagi pembisnis yang ingin bisnis yang dijalankannya sukses. Para pelaku

usaha diwajibkan untuk mempunyai kesadaran mengenai etika dan moral karena hal tersebut dapat berdampak besar bagi bisnis yang dijalankan. Etika bisnis Islam menjunjung tinggi nilai kejujuran, saling percaya, keadilan.

Pratik bisnis yang baik, jujur, dan etis akan mewujudkan keadilan dalam bermasyarakat dan berbisnis apalagi naluri seorang manusia tidak berharap memperoleh perilaku tidak jujur dari sesamanya, baik dilingkungan bisnis ataupun dilingkungan bermasyarakat seperti biasa. Praktik manipulasi bisnis tidak akan terjadi apabila para pelaku sangat memegang teguh aspek-aspek dari etika bisnis.

2. Prinsip etika dalam berbisnis

Agama Islam memberikan kebebasan kepada umatnya untuk melakukan seluruh kegiatan berniagaan (bisnis). Tetapi dalam ajaran agama Islam terdapat prinsip etika dalam berniaga (bisnis) dan harus diaati oleh seorang muslim yang akan atau sedang melakukan kegiatan berniaga (bisnis) hal tersebut meliputi (Fitri Amalia, 2013):

- a. Proses dalam mencari rezeki bagi seorang muslim hukunya wajib;
- b. Rezeki yang dicari haruslah berasal dari cara yang halal;
- c. Bersikap jujur dalam berbisnis;
- d. Seluruh proses dalam mencari rezeki hendaknya diniatkan sebagai upaya dan sarana untuk mendekatkan diri kepada Allah Swt;

- e. Dalam berbisnis seorang muslim hendaknya jangan merusak lingkungan hidup;
- f. Persaingan bisnis dijadikan sebagai motivasi diri agar tetap berinovasi dan melakukan persaingan dengan cara yang sehat dan inovasi;
- g. Tidak boleh berpuas diri terhadap apa yang sudah dicapai dan didapatkan;
- h. Memberikan tugas dan amanat kepada karyawan sesuai dengan keahlian yang dipunyai para karyawan.

Menurut Imam Ghazali yang dikutip dalam Sofyan, terdapat prinsip-prinsip bisnis Islami antara lain:

- a. Jika seseorang memerlukan sesuatu barang atau jasa, hendaknya pembisnis memberikan laba dengan seminimal mungkin, bahkan jika mau bisa tanpa keuntungan;
- b. Jika membeli barang atau jasa kepada orang miskin, hendaknya melebihkan pembayaran;
- c. Jika terdapat seorang yang berhutang dan tidak mampu membayar, maka diberikan kelonggaran waktu, tidak memberatkan dan lebih baik dibebaskan dari hutangnya;
- d. Bagi pelanggan jika tidak puas atas produk atau jasa yang sudah dibelinya dan ingin mengembalikannya, maka harus diterima kembali;
- e. Pengutang dianjurkan supaya membayar hutangnya lebih cepat;

f. Jika pembayaran dilakukan dengan cara mencicil (kredit), maka jangan dipaksakan pelanggan melakukan pembayaran jika pelanggan belum mampu.

3. Etika pedagang dalam Islam

Pedagang merupakan orang yang melakukan suatu kegiatan perdagangan dengan menjual produk barang atau jasa setengah jadi yang kemudian diolah sendiri menjadi barang jadi, atau hanya menjual produk yang sudah jadi dari produsen. Dalam Al-qur'an perdagangan dibagi tiga bentuk yakni: *tijarah* (perdagangan), *bay'* (menjual) dan *syira'* (membeli). Selain itu terdapat istilah perdagangan lain seperti *syirkah*, *rizq*, *dayn*, *amwal*, *dhard*, dan perintah dagang lainnya (Azizaturrohmah dan Mawardi, 2014).

Pedagang Islam merupakan seorang muslim yang melakukan suatu kegiatan ekonomi yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya melalui usaha perdagangan, dan memberikan pelayanan prima kepada masyarakat atau pelanggan melalui perdagangan tersebut. (Mardatillah, 2013). Jika seorang muslim meneladani sikap Rasulullah saat melakukan perdagangan dulu. Rasulullah sangat mengedepankan adab dan etika dalam melakukan perdagangan. Etika dan adab ini lah yang bisa disebut strategi berdagang.

Terdapat tuntunan yang diajarkan Rasulullah dalam berdagang agar bisnis yang dijalankan bisa berjalan dengan lancar dan mendapat keberkahan, hal tersebut meliputi (fakhry dan havis, 2020):

a. Jujur (transparan)

Modal utama dalam sebuah perdagangan yakni kejujuran serta keadilan dalam bertransaksi. Apabila terdapat pedagang yang tidak jujur maka bisnis yang dijalankan tidak bertahan lamadan tidak mendapatkan keberkahan dari Allah swt. Tidak jujur dalam hal perdagangan meliputi: mengurangi timbangan, menyembunyikan kekurangan barang, memakai barang yang tidak layak untuk dijual, dan lain sebagainya (Nawatmi, 2010).

Bagi orang bisnis yang dilandasi dengan rasa iman dan taqwa kepada Allah Swt secara mendalam akan mengetahui bahwa perilaku jujur dalam berdagang akan memberikan kepuasan tersendiri dalam hati, serta dapat mendatagkan keberkabahan di dunia dan akhirat. Banyak konglomerat yang mengatakan bahwa perkembangan bisnisnya secara pesat dimulai dari kejujuran. Seorang pengusaha atau investor lebih tertarik dan percaya kepada pembisnis yang berlaku jujur, bahkan mereka saling memberi tau dan meinformasikan jika menemukan pelaku bisnis yang tidak jujur (Alma:2006:216).

Jujur dalam pengertian luas berarti tidak berbohong, tidak berkhianat, tidak mengada-ngada, tidak menutupi suatu kekurangan produk,tidak menipu, dan tidak mengada-ngada. Terdapat Hadist Rosulullah yang artinya: “tidak dibenarkan seorang muslim menjual satu jualan yang mempunyai aib, kecuali dia menjelaskan aib

tersebut”. (HR.Al-Quzwani). “Siapa yang menipu kami maka dia bukan kelompok kami”. (HR-Muslim).

b. Menghormati pembeli

Saling menghormati antar sesama makhluk hidup merupakan tuntunan yang wajib dilakukan oleh seorang muslim. Oleh sebab itu, penjual harus memberikan penghormatan kepada semua pembeli, karena dalam Islam praktik jual beli pada dasarnya belasan sikap tolong menolong antar sesama manusia, hal tersebut disebutkan dalam Al-qur'an pada surah Al-Baqarah{2}:198, Al-Baqarah{2}:275, An-Nisa' {4}:29, hadist, ijmak. Tolong menolong merupakan salah satu ciri orang yang bertaqwa, dan merupakan tali pengikat antar kedua belah pihak yang akan melahirkan sifat jujur, adil, belas kasihan, dan amanah.

c. Berlaku adil terhadap pembeli

Tujuan agama Islam salah satunya yakni adil, bermoral, dan bergairah melalui perantara manusia sebagai orang beriman dan bersosial, oleh karena itu individu dan masyarakat dipandang saling terikat (Iqbal dan Mirakhor,2015). Termasuk dalam kegiatan perdagangan, penjual dan pelanggan (pembeli) hendaknya berlaku adil dan hal tersebut merupakan keharusan. Berlaku adil dalam perdagangan dapat menentukan mutu (kualitas), dan ukuran (kuantitas).

d. Pembeli adalah saudara

Mengutip pendapat Ibn Khaldun secara kodrat, manusia cenderung hidup dalam kebersamaan dan kelompok serta tidak ada manusia yang bisa hidup sendiri, oleh karena itu agama Islam meletakkan hubungan antara pembeli dengan penjual sebagai saudara dan mempunyai level kemanusiaan yang sama. Setiap penjual harus membangun hubungan yang baik terhadap para pembeli. Karena dalam Islam menekankan hubungan konstruktif dengan siapapun termasuk dalam sesama pelaku bisnis.

e. Tidak memasang harga terlalu tinggi

Terdapat banyak cara dalam menentukan harga, tetapi untuk memasang harga yang tetap tidaklah mudah, apabila harga terlalu mahal dengan produk yang dianggap kurang maka produk tidak akan laku, ataupun sebaliknya. Sedangkan apabila menjual harga terlalu murah berakibat pembelinkhawatir dengan kualitas produk yang rendah. Sehingga dalam menentukan harga penjual harus menyesuaikan kualitas barang yang diproduksi dengan pangsa pasar yang dituju (Widyarini,2010:141).

Dalam Al-Qur'an diatur pengambilan keuntungan harus memenuhi unsur adil, sebagaimana firman Allah pada surat Huud {11};84 yang artinya:” Dan kepada (penduduk) Madyan (Kami utus) saudara mereka, Syuaib. Dia berkata, "Wahai kaumku! Sembahlah Allah, tidak ada Tuhan bagimu selain Dia. Dan janganlah kamu

kurangi takaran dan timbangan. Sesungguhnya aku melihat kamu dalam keadaan yang baik (makmur). Dan sesungguhnya aku khawatir kamu akan ditimpa azab pada hari yang membinasakan (Kiamat)". Pada ayat tersebut dipahami dalam mengambil keuntungan haruslah didasari pada aspek keadilan sehingga dapat membawa manfaat dan keberkahan bagi semua pihak (Rahardjo,2002:388).

Menurut Imam Al-Ghozali dilarang melipatgandakan harga (mengambil keuntungan terlalu tinggi) dalam hal jual beli. Pada dasarnya melipatgandakan keuntungan dalam Islam diperbolehkan karena jual beli merupakan suatu aktivitas ekonomi yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan. Hal ini bermaksud seberapa kecilnya keuntungan hukum Islam untuk mencegah kerugian antar kedua belah pihak yakni penjual dan pembeli.

f. Tidak terlalu berfikir pada keuntungan

Berbisnis merupakan suatu kegiatan ekonomi untuk mencari laba keuntungan sehingga dalam mendapatkannya masih banyak manusia yang memperolehnya dengan cara yang tidak baik. Hal tersebut sangat dilarang dalam agama Islam seperti hadist Rosulullah yang artinya: "Allah mengasihi orang yang murah hati waktu menjual, waktu membeli, dan waktu menagih piutang" (HR. Bukhari) (aprijon, 2013). Maka hal tersebut memerintahkan untuk tidak mengejar

keuntungan yang besar tetapi juga berorientasi pada sikap tolong menolong.

Imam Al-Ghozali berpendapat bahwa salah satu sifat terpuji yang harus dimiliki seorang pedagang adalah tidak mengambil laba lebih banyak, memurahkan dan memberi potongan harga kepada pembeli yang miskin sehingga dapat melipatkan pahala bagi para pedagang. Bila membayar hutang maka bayarlah lebih cepat dari waktu yang telah dijanjikan. Membatalkan jual beli bila pembeli menginginkannya, bila menjual makanan kepada orang miskin dan membayarnya dengan menyicil maka jangan ditagih apabila orang tersebut belum mampu atau tidak mampu membayarnya serta membebaskannya dari hutang tersebut.

g. Menjauhi jual beli yang tidak dibolehkan syara'

Prinsip bersuci tidak hanya rangkaian ibadah kepada Allah saja, tetapi juga dilakukan dalam kehidupan sosial, berumah tangga, bergaul, bekerja maupun bisnis. Bersuci dalam hal ini artinya menjauhkan diri dari kebohongan, penipuan, sikap munafik, serta penghanatan (widyarini,2010). Menghindari jual beli yang tidak dibolehkan syara' merupakan kewajiban bagi pembisnis muslim, contoh perbuatan yang dilarang syara' seperti: *tallaqi rukban* (mencegat pedagang dari tempat produksi yang belum sampai pasar, agar bisa mendapatkan harga yang lebih murah), *gisyah* (menuputi kecacartan produk), *najasy* (penawaran palsu), menjual produk yang

diharamkan seperti pada surat Al-Baqarah:175,219, Al-Maidah:3, Al-An'am:145, dan An-Nahl:115. *Riba* (melebihkan uang peminjaman) dan *Tathif* (tindakan mengurangi timbangan) (Zulham, 2016).

h. Tidak menggunakan sumpah dalam berdagang

Islam sangat mengencam seorang mukmin yang suka bersumpah dalam menupi kebohongan karena hal tersebut dapat menghilangkan keberkahandalam perdagangan. Sebagai mana hadist Rosulullah yang artinya:” Hindarilah banyak bersumpah ketika melakukan transaksi dagang, sebab itu dapat menghasilkan suatu penjualanb yang cepat lalu menghapus berkah.” (HR.Bukhori dan Muslim).

i. Menempati janji

Pedagang atau pembisnis yang baik yakni mereka yang menempati janji ketika berjanji, baik kepada pembeli maupun sesama penjual atau pembisnis, terutama janji kepada Allah, janji yang dimaksud yakni janji dimana seorang pembisnis melakukan transaksi degan cara yang halal dan baik kepada pembeli maupun rekan bisnisnya (Hulami, Sahri, dan Moh Huzaini,2017).

j. Tertib administrasi

Dalam hal perdagangan seharusnya kita tetap tertip segala macam administrasi, mulai dari pajak usaha, pajak pembangunan,

PBB, serta administrasi yang bersangkutan dengan hal bisnis lainnya.

k. Melaksanakan hal Allah yang diwajibkan atas materi

Prinsip dasar kepemilikan dalam Islam menyatakan bahwa hanya Allah yang mempunyai seluruh alam dan manusia hanya diperintahkan untuk mengelolah dan menjaganya. Karena itu Islam menolak individualisme karena menurut Islam kepemilikan suatu barang mengandung hak dan kewajiban serta amanah (Iqbal dan Mirakhol, 2015). Pengeluaran kekayaan juga diatur oleh Islam salah satunya yakni pengakuan atas hak orang lain yang bersumber dari klaim kekayaan orang lain. Diantara peraturan tersebut terdapat pungutan berupa zakat wajib dan pungutan zakat tidak wajib yang jumlahnya ditentukan sesuai jumlah kekayaan yang dimiliki. Lalu terdapat sedekah dan infaq yang harus dilaksanakan sebagai rasa bersyukur atas rezeki yang telah Allah berikan.

4. Indikator etika pelayanan Islam

Menurut Fauzia terdapat lima indikator yang harus diperhatikan dan dilaksanakan untuk memberikan etika pelayanan Islam serta dapat sebagai acuan dalam menilai pelayanan suatu usaha hal tersebut antara lain:

a. *Realibility* (Kepercayaan atau keandalan)

Realibility merupakan suatu kemampuan untuk memberikan jasa layanan sebuah produk. Sehingga layanan

tersebut dapat memuaskan para pelanggan. kepuasan pelanggan sangat menentukan perilaku pembelian pelanggan sehingga terciptanya pelanggan yang loyal. Menurut Lupiyoadi (2001) *realibility* adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan suatu pelayanan sesuai dengan apa yang Dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja yang diberikan harus sesuai dengan harapan pelanggan seperti ketepatan waktu, pelayanan yang sama, untuk semua pelanggan tanpa membedakan, sikap yang simpatik, dan dengan ketepatan dalam pelayanan .

Menurut Tjiptono (2006) kepercayaan (*realiability*) merupakan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan kepada pelanggan dengan segera, akurat dan memuaskan. Hal tersebut dapat diartikan bahwa perusahaan harus menepati janji memberikan pelayanan yang terbaik dan tepat serta sesuai jadwal disepakati. Dalam faktor ini, pengusaha dituntut untuk menyediakan produk atau jasa yang handal. Produk atau jasa jangan sampai mengalami kerusakan atau kegagalan. Produk atau jasa tersebut harus selalu baik. Para anggota perusahaan atau pelayan juga harus jujur dalam menyelesaikan masalah yang berkaitan dengan pelanggan sehingga pelanggan tidak merasa ditipu. Selain itu, pelayanan harus tepat janji bila menjanjikan sesuatu kepada pelanggan.

Agama Islam selalu mengajarkan untuk senantiasa menepati janji ketika sudah diucapkan dan disepakati oleh kedua belah pihak, Islam juga mengajarkan untuk menjaga amanat yang sudah diberikan. Dalam aspek pelayanan memberikan apa yang sudah dijanjikan kepada pelanggan merupakan suatu kewajiban, karena menepati janji kepada karyawan merupakan salah satu faktor yang mendorong kepercayaan pelanggan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Allah Swt berfirman:

وَأَوْفُوا بِعَهْدِ اللَّهِ إِذَا عَاهَدْتُمْ وَلَا تَنْفُضُوا الْأَيْمَانَ بَعْدَ تَوْكِيدِهَا وَقَدْ جَعَلْتُمُ اللَّهَ عَلَيْكُمْ كَفِيلًا إِنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ مَا تَفْعَلُونَ

Artinya:”Dan tepatilah perjanjian dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu membatalkan sumpah-sumpah(mu) itu, sesudah meneguhkannya, sedang kamu telah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpah-sumpahmu itu). Sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat.”(Q.S An-Nahl (16): 91).

b. *Responsiveness* (Daya tanggap)

Responsiveness Merupakan suatu kemampuan dalam memberikan layanan yang tanggap dan cepat. Karena keterlambatan layanan akan membuat pembeli berubah pikiran dalam melakukan keputusan. Menurut Tjiptono (2006) *responsiveness* merupakan keinginan para karyawan untuk membantu pelanggan dalam memberikan pelayanan dengan tanggap. Daya tanggap dapat diartikan sebagai respon atau kesigapan pelayanan dalam membantu pelanggan dan

memberikan pelayanan yang cepat, tepat dan yang meliputi kesiapan karyawan dalam melayani pelanggan.

Menurut Lupiyoadi (2001) *resposiveness* merupakan suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada para pelanggan, dengan penyampaian informasi kepada pelanggan dengan jelas. Membiarkan pelanggan menunggu tanpa adanya suatu alasan yang jelas dapat menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan terhadap pelanggan. Sikap tanggap dan cepat dalam memenuhi kebutuhan pelanggan hanya bisa dilakukan oleh seorang karyawan yang sudah memiliki pengalaman atau profesionalitas tinggi terhadap pekerjaan. Ketika karyawan sadar atas kewajiban dalam melayani pelanggan, maka sudah seharusnya karyawan dengan sigat dan tanggap segera memenuhi kebutuhan pelanggan tersebut. Allah Swt berfirman:

UIN SUNAN AMPEL
SURABAYA
فَإِذَا فَرَغْتَ فَانصَبْ

Artinya: "Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan) kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain." (Q.S Al-Insyirah {94}: 7).

c. *Assurance* (Jaminan)

Assurance merupakan suatu jaminan produk atau jasa yang dibutuhkan oleh pembeli atau pelanggan benar-benar berkualitas. Menurut Tjiptono (2006) jaminan (*assurance*) adalah pengetahuan, kesopanan, kemampuan, dan sifat dapat

dipercaya yang dimiliki para karyawan atau pelayan, serta bebas dari bahaya resiko terhadap keragu-raguan. Pada saat persaingan sangat kompetitif, karyawan atau pelayan perusahaan harus tampil lebih kompeten, artinya memiliki keahlian dan pengetahuan di bidang masing-masing. Faktor keamanan, yaitu memberikan rasa aman dan nyaman serta terjamin kepada pelanggan, hal tersebut merupakan hal yang penting bagi pelayanan prima.

Menurut Zeitzmal dan Bitner yang dikutip dari Fandi dan Tjiptono (2002) berpendapat bahwa penggolongan asuransi ke dalam dimensi kualitas jasa antara lain mencakup: pengetahuan, kesopanan, kemampuan, sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan, bebas risiko, dan keragu-raguan. Sedangkan menurut Lupiyoadi (2001) assurance yaitu pengetahuan, kemampuan, kesopansantunan para karyawan atau pelayan suatu usaha untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan atau pelanggan kepada usaha yang ditawarkan. Hal tersebut Terdiri dari beberapa komponen antara lain kompetensi (*competence*), komunikasi (*communication*), keamanan (*security*), sopan santun (*courtesy*) dan kredibilitas (*credibility*).

Rasulullah saw mempunyai suri teladan yang baik dalam bertutur kata, bertindak, bersikap. Salah satu yang melatar belakangi Rasulullah turun ke Bumi yakni untuk

menyempurnakan akhlaq umat Islam. Sebagai seorang muslim sudah seharusnya memili dan mengamalkan sikap saling melayani dan menghormati serta sopan, santun. Dalam hal pelayanan seorang pelanggan ingin dirinya diperlakukan dengan perilaku yang sopan, santun, menghormati dan saling melayani. Seperti firman Allah Swt pada surah Al-Ahzab (33): 21:

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ
وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا

Artinya: “Sesungguhnya telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan dia banyak menyebut Allah.” (Q.S Al-Ahzab:21)

Dan pada surah Al Baqoroh (2): 263 Allah Swt berfirman:

قَوْلٌ مَّعْرُوفٌ وَمَغْفِرَةٌ خَيْرٌ مِّنْ صَدَقَةٍ يَتَّبِعُهَا أَذَى ۗ وَاللَّهُ عَنِّي حَلِيمٌ

Artinya: “Perkataan yang baik dan pemberian maaf lebih baik daripada sedekah yang diiringi tindakan yang menyakiti. Allah Mahakaya, Maha Penyantun”. (Q.S Al Baqoroh (2): 263).

d. *Emphaty* (Empati)

Emphaty Merupakan ikatan emosional antara pembeli dan penjual melalui pelayanan prima, hal tersebut dapat mempermudah penjual dalam berkomunikasi terhadap pembeli. Menurut Tjiptono (2006) empati merupakan salah satu cara kemudahan dalam melakukan hubungan dengan pelanggan berupa, komunikasi yang baik, memahami kebutuhan para pelanggan, dan perhatian pribadi kepada pelanggan. Setiap

karyawan atau karyawan perusahaan seharusnya dapat mengelola waktu agar mudah dihubungi, baik secara tidak langsung melalui telepon ataupun secara langsung dengan bertemu. Nada dering telepon diusahakan maksimal tiga kali, dan segera dijawab. Ingat, waktu yang dimiliki oleh seorang pelanggan sangat terbatas sehingga tidak mungkin menunggu telepon terlalu lama. Para karyawan atau karyawan hendaknya memahami watak dari para pelanggan, karena watak dari pelanggan bermacam-macam ada yang berwatak dewasa ada yang berwatak seperti anak kecil, hal tersebut hendaknya sudah dikuasai para karyawan sebagai strategi komunikasi dan mendapatkan empati dari para pelanggan.

Menurut Lupiyoadi (2001) empati adalah memberikan perhatian yang tulus dan bersifat pribadi atau individual yang diberikan perusahaan dengan berupaya memahami keinginan dan kebutuhan para pelanggan. Dimana suatu perusahaan diharapkan untuk mengetahui hal terkait tentang pelanggan, yakni dengan memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang baik dan nyaman untuk pelanggan.

Sikap seorang mukmin kepada mukmin lainnya seperti sebuah bangunan yang saling menguatkan, prinsip tersebut digunakan dalam sebuah pelayanan Islam. Seorang muslim tidak

bisa berbuat sendiri tanpa memerlukan bantuan orang lain begitu pula dalam pelayanan. semangat dalam memberikan pelayanan yang terbaik merupakan salah satu indikator pelayanan Islam dan merupakan ciri bahwa pelayanan tersebut sudah baik.

Dalam hadist disebutkan bahwa:

الْمُؤْمِنُ لِلْمُؤْمِنِ كَالْبُنْيَانِ يَشُدُّ بَعْضُهُ بَعْضًا

Artinya: “Orang mukmin dengan orang mukmin yang lain seperti sebuah bangunan, sebagian menguatkan sebagian yang lain.”[Shahih Muslim No.4684].

e. *Tangibles* (Bukti fisik)

Tangibles merupakan fasilitas fisik yang diperlukan untuk menunjang pelayanan prima, contohnya penampilan fisik, kotak saran, dll (Fauzia, 2021). Menurut Parasuraman (1998) *tangibles* merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan keberadaannya kepada masyarakat umum.

Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik suatu usaha merupakan bukti nyata pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa. Penampilan yang bersih, rapi, dan sopan merupakan salah satu syarat untuk meyakinkan para pelanggan.

Dalam agama Islam faktor kerapian, kebersihan, dan kesopanan sangat diperhatikan, hal tersebut sesuai dengan hadist

Nabi mengenai kebersihan yang berbunyi:

لَوْلَا أَنْ أَشُقَّ عَلَى أُمَّتِي لِأَمْرِهِمْ بِالسَّوَابِكِ عِنْدَ كُلِّ صَلَاةٍ

Artinya:”Kalau bukan karena akan memberatkan umatku maka akan kuperintahkan mereka untuk bersiwak setiap akan sholat.” (Hadits riwayat Bukhori dan Muslim).

Dalam hadist tersebut dijelaskan bahwa orang muslim haruslah mengaja kebersihan diri bahkan di sebelum menjalankan ibadahnya seorang muslim di sunahkan untuk bersiwak agar mulut tetap bersih.

Contoh fasilitas fisik adalah seperti pakaian yang digunakan karyawan, gedung, lahan parkir, gudang, peralatan produksi, teknologi, dll.

Dimensi *tangibles* merupakan aspek kualitas pelayanan yang dirasakan, dinikmati oleh pelanggan dengan menggunakan indra manusia. Contoh dimensi tangibles adalah kemegahan gedung, kebersihan tempat, kerapian karyawan, kecanggihan peralatan. Aspek tangibles merupakan salah satu faktor harapan pelanggan oleh karena itu seorang pengusaha harus mengetahui seberapa jauh aspek tangibles masih memberikan pengaruh positif terhadap kualitas pelayanan yang diberikan.

5. Pelayanan Islam yang dicontohkan Rasulullah dalam bisnisnya, hal tersebut meliputi:
 - a. Jujur dalam pelayanan

Sebagai manusia yang mempunyai akal dan hawa nafsu serta budi pekerti hendaknya selalu menanamkan nilai kejujuran

di dalam semua tindakan yang dijalankan karena hal tersebut dapat berdampak besar bagi kehidupan bermasyarakat dan di dalam dunia kerja. Pentingnya berperilaku jujur juga dapat memiliki reputasi baik di semua orang, dihargai dan dihormati oleh orang lain, dipercaya oleh perusahaan atau masyarakat. Islam sendiri mengajakan umatnya agar selalu jujur dalam semua hal termasuk juga jujur dalam hal pelayanan seperti hadist Rasulullah:

عَنْ أَبِي بَكْرٍ الصِّدِّيقِ ر.ض. قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: عَلَيْكُمْ بِالصِّدْقِ, فَإِنَّهُ مَعَ الْبِرِّ وَهُمَا فِي الْجَنَّةِ, وَإِيَّاكُمْ وَالْكَذِبَ فَإِنَّهُ مَعَ الْفُجُورِ وَهُمَا فِي النَّارِ

Artinya:”Dari Abu Bakar Ash-Shiddiq ia berkata, Rasulullah SAW bersabda: Wajib atasmu berlaku jujur, karena jujur itu bersama kebaikan, dan keduanya di Surga. Dan jauhkanlah dirimu dari dusta, Karena dusta itu bersama kedurhakaan, dan keduanya di neraka.” (HR Ibnu Hibban dalam shahihnya, juz 5 hal 368, no 5743).

Berbuat jujur dalam pelayanan dapat berupa ucapan dan perbuatan yang tidak menipu, tidak mengada-ngada fakta, tidak berbohong, mengerjakan tugas yang telah diterima dengan sebaik mungkin, mengakui kesalahan, disiplin dalam hal waktu kerja, mengembalikan fasilitas perusahaan jika sudah tidak digunakan, tidak melakukan tindakan korupsi.

b. Berbicara dengan benar

Hubungan antar manusia tidak lepas dari komunikasi verbal, karena hal tersebut merupakan salah satu bentuk

komunikasi dan berintraksi dengan sesama manusia. Komunikasi juga bermanfaat untuk saling bertukar informasi. Sebagai umat muslim dalam hal berkomunikasi harus memperhatikan etika yang sudah ditetapkan dalam ajaran agama, jangan sampai saat berbicara atau mengungkapkan pendapat membuat orang lain merasa tersinggung, sakit hati dan sampai mengalami perkelahian. Seperti yang dijelaskan dalam Al-qur'an surah Al Ahzab ayat 70 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ۖ

Artinya: "Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kamu kepada Allah dan ucapkanlah perkataan yang benar."(Q.S. Al Ahzab ayat 70)

Etika berbicara menurut Islam yakni:

- 1) Jika saat berbicara bicaralah dengan baik dan sopan serta jangan bohong atau dusta;
- 2) Melihat wajah lawan berbicara, jangan memalingkan wajah saat berbicara;
- 3) Tidak memotong pembicaraan orang lain;
- 4) Antusias dalam melakukan pembicaraan;
- 5) Menghindari pembicaraan yang membicarakan orang lain atau ghibah;
- 6) Berusaha agar tidak terjadi perdebatan.

c. Menempati janji

Dalam kehidupan bermasyarakat dan berbisnis tidak terlepas dari adanya keterikatan dengan orang lain. Oleh karena itu sebagai manusia yang mempunyai sifat baik maka wajib baginya untuk menepati janji yang telah ia ucapkan kepada orang lain, sebab didalam Islam orang yang mengingkari janji akan masuk ke dalam neraka serta tidak akan dipercaya oleh orang lain jika suatu saat akan melakukan suatu perjanjian lagi. Dalam Al-qur'an disebutkan tentang kewajiban seseorang dalam menepati janji seperti pada Al-Qur'an surah An-Nahl: 91 yang berbunyi:

وَلَا تَنْفُضُوا الْأَيْمَانَ بَعْدَ تَوْكِيدِهَا

Artinya: "Dan tepatilah janji dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu melanggar sumpah, setelah diikrarkan." (Q.S *an-Nahl*: 91).

Dan pada surah al-Isra: 34 Allah berfirman:

وَأَوْفُوا بِالْعَهْدِ إِنَّ الْعَهْدَ كَانَ مَسْئُولًا

Artinya: "Dan penuhilah janji, karena janji itu pasti diminta pertanggungjawabannya." (Q.S al-Isra: 34).

Menepati janji dalam pelayanan bisa berupa memberikan potongan harga kepada pelanggan yang sudah 10x membeli produknya, tanpa adanya persyaratan tertentu, karena pihak perusahaan telah memberikan janji kepada pelanggan terkait hal tersebut.

d. Selalu transparan mengenai barang yang dijual

Dalam melakukan pelayanan Islam, seorang karyawan atau pengusaha harus transparan mengenai produk atau jasa yang ditawarkan contohnya terkait dengan harga-harga, jam buka atau tutup toko, atau aturan promosi yang tepat dan transparan kepada pelanggan sehingga tidak mengecewakan dan membingungkan para pelanggan terkait produk yang akan dibelinya.

e. Bertanggung jawab atas apa yang diminta pelanggan

Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang bisa memuaskan hati para pelanggan yaitu dengan cara bertanggung jawab atau melayani dengan baik apa yang diminta para pelanggan. Selain itu Dalam hal pelayanan pelanggan pasti menginginkan hal lain yang terkait pelayanan hal tersebut guna untuk menunjang kepuasan pelanggan dalam membeli produk atau jasa yang ditawarkan, sebagai seorang karyawan hendaknya harus bertanggung jawab atau memberikan pelayanan tambahan atas apa yang diminta pelanggan agar mendapatkan loyalitas dari para pelanggan. Contoh ketika pelanggan meminta tolong untuk mengambilkan sesuatu barang pada toko maka karyawan wajib mengambilkan barang tersebut sebagai wujud tanggung jawab meskipun sang pelanggan mintak tolongya berulang kali, serta bila ada

kekeliruan atau kesalahan karyawan wajib bertanggung jawab dengan cara menggantinya.

f. Ramah terhadap pelanggan

Dalam dunia bisnis sebagai seorang pengusaha tentunya tidak lepas dari interaksi langsung terhadap pelanggan. Keluhan hingga komentar negatif dari seorang pelanggan sudah biasa terjadi didalam dunia bisnis, tinggal gimana caranya pihak pengusaha menyikapinya karena hal tersebut bisa menjadialah satu faktor dalam meningkatkan daya saing, sehingga perlu menyikapi keluhan dan komentar negatif dari pelanggan dengan cara yang baik dan ramah. Terdapat strategi yang dapat dilakukan dalam berkomunikasi terhadap pelanggan antara lain:

- 1) Menyapa pelanggan dengan ramah;
- 2) Memberikan jawaban dengan baik dan jelas atas keluhan dan komentar pelanggan;
- 3) Selalu empati dan responsif;
- 4) Menemukan solusi dengan jalan tengah atau secara damai tidak dengan cara kemarahan;
- 5) Menerima kritik dan saran yang diberikan pelanggan.

g. Berpakaian dengan sopan

Dalam melakukan pelayanan kepada pelanggan hendaknya menggunakan pakaian yang sopan, berih, rapi, dan

menutup aurat, karena hal tersebut adalah salah satu aspek yang dinilai oleh pelanggan dan dijadikan perbandingan untuk membeli produk barang atau jasa tidak di toko yang disediakan. Berpakaian yang rapih dan sopan juga akan menumbuh citra yang baik bagi perusahaan sehingga dapat memenangkan daya saing dari kompetitor.

h. Tidak melupakan akhirat

Sebagai seorang mukmin hendaknya tidak melupakan aspek akhirat dilini semua bisnisnya halini bertujuan agar mendapat keberkahan dunia dan akhirat serta rezeki yang diperoleh menjadi lebih lancar dan barokah (Halim.2019:121).

2.1.2 Pelayanan Prima

1. Pengertian

Pengertian pelayanan prima secara umum diartikan sebagai faktor penting dalam sebuah keberhasilan usaha. Pengertian pelayanan prima secara harfiah berarti pelayanan yang terbaik. Dalam kamus besar bahasa Indonesia pelayanan diartikan sebagai usaha melayani kebutuhan dan keinginan orang lain. Menurut Daviddow dan Uttal (1989) pelayanan merupakan usaha yang bertujuan untuk menaikkan kepuasan pelanggan. Menurut Loina (2001) pelayanan merupakan suatu proses keseluruhan dan pembentukan citra perusahaan media berita, maupun melakukan komunikasi pandangan perusahaan terhadap pihak lain yang berkepentingan. Menurut Moenir (2015)

pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan pribadi maupun kelompok melalui aktivitas orang lain secara langsung. Menurut Brata (2003) pelayanan akan terbentuk karena adanya proses pemberian secara langsung dan tidak langsung antara individu sebagai pihak penyedia layanan dengan pihak yang dilayani.

Menurut Muh dan Nur (2021) Pelayanan prima adalah pelayanan yang terbaik yang diberikan perusahaan dalam memenuhi harapan, keinginan, dan kebutuhan pelanggan. Menurut Adya (2003) pelayanan prima adalah kepedulian terhadap pelanggan dengan memberikan pelayanan terbaik, memberikan kemudahan dalam pemenuhan kebutuhan, dan mewujudkan kepuasan pelanggan, agar para pelanggan selalu loyal terhadap usaha yang dijalani. Kata pelayanan prima atau pelayanan istimewa dalam dunia usaha biasa disebut dengan “*Service Excellen*” atau biasa disingkat SEX. Menurut Adya (2003) tidak terdapat perbedaan antara pelayanan prima (*Service Excellen*) dengan pelayanan terhadap pelanggan (*customer service*) dan program kepedulian kepada pelanggan (*customer care*). Dari ketiga istilah tersebut di dalam artinya tidak berbeda atau bisa dikatakan sama karena di dalam dunia usaha seorang pelaku usaha harus memberikan layanan terbaik kepada pelanggan sebagai wujud balas jasa pengusaha kepada pelanggan.

Dari beberapa teori tersebut pengertian pelayanan prima secara umum adalah memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan dan

berorientasi kepada kepentingan pelanggan, sehingga mampu memberikan kepuasan pelayanan kepada pelanggan. Secara umum pelayanan prima merupakan usaha-usaha yang dilakukan pelaku usaha kepada pelanggan dengan cara sebaik mungkin, sehingga dapat memenuhi kepuasan, kebutuhan dan keinginan para pelanggan. Dan dapat memberikan dampak langsung kepada usaha yang sedang dijalankan (Muh, Nur, 2021).

Pelayanan prima dalam Islam diartikan sebagai pelayanan yang istimewa (*excellent services*) hal tersebut merupakan suatu kebaikan dalam suatu bisnis. Pelayanan istimewa atau terbaik merupakan suatu jembatan menuju satu tujuan yakni jual beli dengan didasari saling ridha satu sama lain, pelayanan terbaik merupakan suatu ibadah di sisi Allah Swt. Dan hal ini akan berdampak pada loyalitas pelanggan. Pelayanan terbaik juga merupakan kunci dari datangnya kepercayaan dari pelanggan. Pelayanan terbaik juga memberikan kepercayaan diri bagi pelaku usaha karena merasa yakin atas keunggulan yang dimilikinya. Pelayanan terbaik merupakan aktivitas dari tiga hal yakni aktivitas yang berkaitan dengan sikap, perhatian, dan tindakan (Fauzia, 2021).

Menurut Adya (2003) upaya dalam memberikan pelayanan prima hendaknya dapat diwujudkan dengan sikap yang baik, penampilan yang baik dan sopan, menonjolkan kemampuan. Tanggung jawab, dan tindakan yang baik dan tersistematis.

Menonjolkan sikap-sikap tersebut dapat menjadi pembeda antara pelayanan prima dengan pelayanan biasa. Pelayanan prima tidak terlepas dari kemampuan seseorang atau kelompok dalam menguasai batasan sikap, kemampuan, tanggung jawab, dan penampilan. Keberhasilan program pelayanan prima tergantung pada efektifitas dan perpaduan antara pelayanan, sikap, kemampuan, perhatian, penampilan, tanggung jawab, dan tindakan dalam melakukan pelayanan.

Jika semua orang menyadari aspek pelayanan prima diatas maka sebagai manusia akan menghargai pekerjaan dan melaksanakan hal tersebut dengan penuh tanggung jawab, penuh dengan komitmen dan keyakinan, tekun, teliti, berintegritas, dan profesional. Banyak orang yang menganggap bahwa pekerjaan yang sedang dijalani merupakan suatu beban sehingga dalam melakukan pekerjaan tidak sepenuh hati, selalu merasa tidak nyaman, dan mudah mengeluh.

Sikap ketidak puasan memang selalu ada di diri manusia tetapi hal tersebut dalam di implikasikan ke dalam hal positif, contohnya tidak puas melihat pelanggan yang merasa kurang puas dalam pelayanan yang dilakukan karyawan, maka ketidak puasan tersebut dapat diperbaiki dalam hal pelayanan dan memberi tau kepada karyawan terkait.

2. Tujuan pelayanan prima

Dalam pelayanan prima juga memiliki tujuan Menurut Sutopo & Suryanto (2003) tujuan pelayanan prima adalah memberikan pelayanan yang dapat membantu memenuhi dan memuaskan pelanggan serta memberikan fokus pelayanan kepada pelanggan. Dalam memuaskan pelanggan hendaknya mengetahui kebutuhan pelanggan atau pelanggan terlebih dahulu agar dapat memberikan pelayanan secara optimal.

Muh dan Brahim (2021) berpendapat tujuan dari pelayanan prima adalah sebagai berikut:

- a. Untuk menimbulkan keputusan dan keyakinan kepada pelanggan untuk membeli produk yang ditawarkan pada waktu tersebut;
- b. Menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap barang atau jasa yang ditawarkan;
- c. Menghindari terjadinya kritik dan tuntutan pada kemudian hari;
- d. Membuat pelanggan loyal kepada produk barang dan jasa yang ditawarkan.

Menurut Suyetty & Gita (2005) tujuan dari pelayanan prima adalah:

- a. Menimbulkan kepercayaan dan kepuasan terhadap pelanggan;
- b. Menjaga supaya pelanggan merasa dipentingkan dan diperhatikan segala kebutuhan dan keinginan para pelanggan;
- c. Untuk mempertahankan pelanggan tetap setia kepada produk yang ditawarkan.

3. Urgensi pelayanan prima

Dalam hal pelayanan prima terdapat urgensi hal yang penting yang harus diperhatikan dalam hal pelayanan. Urgensi pelayanan prima meliputi:

a. Memberikan produk dan jasa dengan kualitas terbaik;

Kualitas produk adalah kondisi fisik, fungsi dan sifat produk sebagai ciri khas tertentu suatu usaha yang tingkat mutunya telah disesuaikan menurut standart suatu usaha masing-masing. Kualitas produk dan jasa merupakan salah satu elemen terpenting dalam menjalankan suatu bisnis. Produk dengan kualitas yang bagus dapat membuat pelanggan akan menjadi loyal terhadap produk barang atau jasa yang ditawarkan. Adanya perkembangan bisnis yang dinamis membuat para pengusaha harus terus meningkatkan kualitas produk serta inovasi dalam hal pembaruan produk dan jasa yang dibikannya dan yang diberikan.

b. Mendapat kepuasan pribadi setelah melakukan pelayanan;

Dalam hal pelayanan, sebagai seorang pengusaha harus memiliki pola pikir kedepan dan menyeluruh disemua aspek bisnis termasuk juga aspek kepuasan pribadi dalam hal melakukan pelayanan. Seorang pengusaha harus bisa mengerti apa yang dibutuhkan pelanggan terhadap pelayanan, hal tersebut dalam memberikan imbal balik atau respon yang baik dari pelanggan jika para pelanggan dilayani dengan pelayanan prima, dan hal tersebut secara tidak langsung juga memberikan kepuasan kepada diri kita

sendiri atau rasa bangga setelah memberikan atau melakukan pelayanan yang prima terhadap pelanggan.

- c. Pelayanan unit akan merasa bangga sebab terlibat dalam upaya menciptakan kesejahteraan masyarakat, dan meraih kepercayaan penuh dari masyarakat.

Rasa bangga setelah melakukan pelayanan prima terhadap pelanggan akan berdampak langsung pada loyalitas pelanggan, dan dapat menciptakan kesejahteraan masyarakat karena usaha yang dijalankannya mendapat respon baik baik dari para pelanggan dan otomatis dapat mempekerjakan banyak karyawan dari sekitar tempat usaha.

- d. Memberikan kepercayaan kepada masyarakat terhadap kualitas pelayanan yang optimal.

Dalam melakukan pelayanan prima atau kualitas terbaik seharusnya kita terapkan seterusnya dan diperbarui sesuai dengan permintaan pelanggan, jangan sampek menerapkan pelayanan yang optimal hanya bertahan beberapa waktu saja hal tersebut dapat berdampak pada semakin sedikitnya pelanggan yang loyal terhadap bisnis yang dijalankan.

Menurut Barata urgensi pelayanan prima adalah sebagai berikut:

- a. Adanya pendekatan sikap yang berkaitan langsung dengan kepedulian pelanggan;

Sikap yang baik, sopan, jujur, dan berpenampilan baik dan rapi dalam hal pelayanan merupakan salah satu indikator penentu dalam hal pelayanan prima, karena hal tersebut yang bersangkutan langsung kepada para pelanggan selain produk. Sering berkomunikasi kepada pelanggan dengan sopan juga dapat menumbuhkan loyalitas pelanggan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan.

b. Upaya melayani dengan tindakan terbaik;

Sejatinya para pelanggan ingin dirinya dianggap sebagai raja dalam hal pelayanan, oleh karena itu para pengusaha dan karyawan diwajibkan untuk memberikan kualitas pelayanan terbaik kepada para pelanggan.

c. Terdapat tujuan yang bermaksud untuk memuaskan pelanggan pada standar layanan tertentu.

Dalam suatu bisnis terdapat standar yang dilakukan sesuai dengan standar kerja yang ada, dan hal tersebut bertujuan agar supaya para pelanggan dapat loyal dan mendapatkan pelanggan dengan banyak (Adya.2003).

4. Indikator pelayanan prima

Indikator pelayanan prima berdasarkan A6 meliputi (Barata , 2003:31)

a. Sikap (Attitude)

Sikap yang harus diperhatikan dalam melayani pelanggan yakni dengan berpenampilan sopan, sehat jasmani

rohani,berkomunikasi dengan baik dan bersikap mengalah serta menghargai.

b. Perhatian (Attention)

Perhatian ini dibuktikan dengan mengerti kebutuhan dan keinginan para pelanggan dan menerima kritik dan saran dengan baik. Respon dan tanggap dalam pelayanan.

c. Tindakan (Action)

Tindakan yang nyata yang dirasakan oleh pelanggan terkait pelayanan seperti mencatat pesanan pelanggan, membersihkan bekas makanan pelanggan, menjaga kebersihan tempat usaha dan mengucapkan terimakasih kepada pelanggan.

d. Kemampuan (Ability)

Kemampuan yang harus diperhatikan pegawai sesuai dengan lini kerja yang diamanahkan seperti kemampuan komunikasi, kemampuan menghitung dan kemampuan lain yang mempermudah pekerjaan pelanggan.

e. Penampilan (Appearance)

Penampilan ini bisa berupa penampilan fisik maupun non fisik yang mampu membuat para pelanggan merasa dihormati dan enak dipandang.

f. Tangung jawab (Accountability)

Tanggung jawab merupakan sikap kepedulian kepada pelanggan yang bertujuan untuk meminimalkan kerugian dan ketidaknyamanan pelanggan.

5. Prinsip pelayanan prima

Prinsip pelayanan prima secara umum dan secara Islam pada dasarnya sama, yakni sama halnya dengan menghormati tamu. Dalam hadis Rasulullah bersabda yang artinya: "Sebaik baiknya manusia ialah yang paling banyak memberikan manfaat bagi manusia lainnya". Dalam hal ini pelayanan Islam haruslah mengutamakan manfaat dan kebutuhan serta etika yang berlaku dalam Islam. Dalam hadis lain Rasulullah SAW bersabda yang artinya:

"Dari Abu Hurairah-radhiyallahu 'anhu, sesungguhnya Rasulullah Shollalloohu 'Alaihi Wasallam- telah bersabda, "Barang siapa yang beriman kepada Allah dan hari akhir maka hendaknya ia berkata yang baik-baik atau diam. Dan barang siapa yang beriman kepada Allah dan hari akhir maka hendaknya ia memuliakan (menghormati) tetangganya. Dan barang siapa yang beriman kepada Allah dan hari akhir maka hendaknya ia memuliakan (menghormati) tamunya."

Dalam memberikan pelayanan prima kepada pelanggan setiap pelaku usaha harus bekerja secara profesional dan terampil.

Di dalam Al-Qur'an sudah di jelaskan mengenai sifat profesional

dan terampil ini yakni pada surat Al-Isra ayat 84 yang berbunyi:

قُلْ كُلٌّ يَعْمَلُ عَلَىٰ شَاكِلَتِهِ فَرُؤُكُمْ أَعْلَمُ بِمَنْ هُوَ أَهْدَىٰ سَبِيلًا

Artinya: “Katakanlah: Masing-masing bekerja menurut bentuknya (bakatnya), Tuhanmu lebih mengetahui orang yang mendapat jalan yang terlebih baik.” (Q.S. al-Isra: 84).

Pada ayat tersebut dijelaskan bahwa setiap orang harus bekerja sesuai dengan kemampuannya maka hal tersebut dapat menimbulkan sesuatu kegiatan yang optimal. Melayani dengan ikhlas sepenuh hati, tidak mengabaikan perintah dan larangan Allah merupakan pelayanan perspektif etika bisnis Islam (Fadla, 2016). Dalam hal etika pelayanan Islam para karyawan atau pekerja harus memiliki sifat jujur, tidak menipu, tanggung jawab, dan dapat dipercaya melayani dengan hitmat serta tetap berlandaskan prinsip akhirat.

Memberikan pelayanan terbaik kepada umat manusia adalah pekerjaan yang sangat mulia dan merupakan salah satu perbuatan yang baik dan dapat membukakan pintu kebaikan kepada siapa saja yang mau mengamalkannya. Dalam ayat al-qur’an dan hadist sudah dijelaskan bahwa sebagai umat manusia hendaknya memberikan pelayanan terbaik kepada sesama tanpa membedakan, dalam al-qur’an Allah berfirman didalam ayat 2 surah al Maidah yang berbunyi:

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ
الْعِقَابِ

Artinya: “...dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada

Allah, Sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya.” (Q.S. al-Maidah:2).

Rasulullah SAW memerintahkan kepada umatnya untuk berusaha menjadi manusia yang bermanfaat bagi sesama, hal ini disampaikan beliau dalam hadist yang berbunyi:

حَيْرُ النَّاسِ أَنْفَعُهُمْ لِلنَّاسِ

Artinya: “Sebaik-baiknya manusia adalah yang paling bermanfaat bagi sesamanya.”

Hadist tersebut menjelaskan tentang keutamaan yang didapatkan seseorang apabila dirinya memberikan bantuan dan pelayanan yang baik bagi orang lain demi memenuhi kebutuhan, baik berupa ilmu, materiel, nasehat, dll.

6. Bentuk-Bentuk Pelayanan Prima

Barata berpendapat bahwa adapun bentuk-bentuk pelayanan prima yang baik adalah pelayanan yang dilakukan kepada pelanggan dengan ramah tamah, tepat, dan cepat.

a. Kecepatan

Para pelanggan pada hakikatnya sangat menginginkan pelayanan dengan cepat dan tidak memerlukan waktu yang lama untuk menunggu suatu produk yang dipesan atau dipilihnya, hal tersebut karena para pelanggan masih mempunyai kegiatan lain dan akan merasa jenuh jika menunggu dengan waktu yang relatif lama.

b. Keramahan

Dalam menciptakan hubungan yang baik kepada pelanggan, keramahan merupakan bentuk pelayanan yang prima dalam mengait hati para pelanggan serta penerapan keramahan dalam pelayanan merupakan kunci keberhasilan dalam suatu pelayanan yang prima.

c. Ketepatan

Para pelanggan tentu menginginkan barang yang diterimanya sesuai dengan apa yang dipesan, sebagai seorang karyawan hendaknya harus memberikan ketepatan dalam melayani pelanggan, jangan sampai membuat para pelanggan kecewa atas ketidak tepatan dengan barang yang diterimanya.

d. Kenyamanan

Sesuatu yang nyaman dapat memberikan loyalitas yang tinggi kepada pelanggan, karena sikap nyaman yang diberikan para karyawan membuat para pelanggan betah dan ingin terus menerus membeli produk ditoko yang sama (Adya dan Barata , 2010).

7. Ciri-Ciri Pelayanan Prima

Dalam suatu pelayanan prima secara umum bisa dilihat dari aktivitas pelayanan yang diberikan pelaku jasa kepada pelanggan hal tersebut memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

a. Tersedianya karyawan yang baik

Kenyamanan pelanggan sangat tergantung kepada karyawan yang melayaninya, karyawan harus sopan, ramah, dan menarik pelanggan, selain itu karyawan juga harus pandai berkomunikasi, cepat, dan tanggap dalam hal pelayanan, karyawan atau pelayan juga harus pandai menjalin hubungan dengan pelanggan agar pelanggan tersebut bisa loyal terhadap produk atau jasa yang ditawarkan.

b. Tersedianya sarana dan prasarana pendukung yang baik.

Dalam hal pelayanan, pelanggan selalu ingin mendapatkan yang terbaik dari para pelaku usaha, hal yang perlu diperhatikan selain kualitas dan kuantitas sumber daya manusia juga harus memperhatikan sarana dan prasarana dalam menunjang pelayanan agar pelayanan yang diberikan bisa maksimal kepada pelanggan.

c. Bertanggung jawab atas apa yang dikerjakan dan diberikan kepada pelanggan.

Dalam menjalani pelayanan prima seorang pelayan harus melayani dari awal hingga selesai hal tersebut bisa membuat para pelanggan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan.

d. Mampu melayani dengan cepat dan tepat

Sejatinya seorang pelanggan ingin apa yang mereka pesan datang sesuai dengan waktu yang dibutuhkan dan tepat

dalam pemesanan hal tersebut dapat dijadikan pertimbangan pelanggan untuk membeli produk atau jasa kepada usaha yang dikelola.

e. Mampu berkomunikasi dengan baik

Mampu berkomunikasi artinya para karyawan harus mampu berbicara kepada pelanggan dengan baik dan sopan dan mampu dengan cepat memahami kebutuhan pelanggan.

2.1.3 Daya Saing

1. Pengertian Daya Saing

Daya Saing adalah konsep perbandingan antara kinerja perusahaan dengan kemampuan. Daya saing juga bisa diartikan dengan kemampuan negara, wilayah, industri yang menghasilkan faktor pendapatan dan faktor pekerjaan yang lebih tinggi dan keberlanjutan untuk menghadapi persaingan internasional. Menurut kamus besar bahasa Indonesia persaingan adalah usaha untuk memperlihatkan masing-masing pihak yang dilakukan perseorang ataupun kelompok pada bidang perdagangan, persenjataan, produksi, dan sebagainya. Dalam konteks bisnis persaingan diartikan sebagai suatu kegiatan ekonomi yang menjadi yang terbaik dalam bisnis untuk memaksimalkan laba yang didapatkan tetapi dengan cara yang baik. Untuk itu persaingan tidak lagi dimaknai sebagai usaha yang dapat mematikan bisnis orang lain.

Menurut Trinkler daya saing merupakan persaingan yang mengutamakan kompetitif (*competitive advantage*) dan persaingan yang menguntungkan (*competitive comparative*) kedua hal tersebut diperlukan untuk mewujudkan daya saing. Menurut Corwn Dirgantoro daya saing merupakan perkembangan dari suatu nilai yang diciptakan oleh perusahaan untuk membelinya. Agustinus Sri wardani dalam trinkler (2008) berpendapat bahwa keunggulan bersaing adalah sesuatu kemungkinan perusahaan memiliki keunggulan yang perusahaan lain tidak punya. Dalam suatu wilayah daya saing sering diartikan sebagai kemampuan atau kekuatan ekonomi sosial di suatu wilayahnya guna meningkatkan kesejahteraan bagi masyarakat sekitar.

Menurut World economics forum daya saing adalah kemampuan perekonomian nasional untuk mencapai perekonomian yang tinggi dan berkelanjutan. Menurut Menteri pendidikan 2007 Bambang Sudibyo daya saing adalah kemampuan untuk menunjukkan hasil yang lebih baik, lebih bermakna dan lebih cepat. Dalam hal kemampuan terdapat dalam Peraturan Menteri Pendidikan Nasional No. 41 Tahun 2007 tentang standar proses yang dimaksud meliputi: *pertama* Kemampuan memperoleh pangsa pasar. *kedua* kemampuan menghubungkan pada lingkungan, *ketiga* kemampuan dalam meningkatkan kinerja. *keempat* kemampuan pada posisi yang menguntungkan.

Menurut Tambun daya saing dipengaruhi oleh produk yang dihasilkan suatu perusahaan dan faktor-faktor penentunya. Daya saing sebuah perusahaan dapat dilihat dari faktor internal dan faktor eksternal, faktor-faktor internal meliputi:

a. Keahlian atau tingkat pendidikan para karyawan

Keahlian dan tingkat pendidikan karyawan merupakan hal yang dapat berdampak dengan kualitas daya saing pada suatu usaha, masih banyak para karyawan yang rendah pendidikan serta pengalamannya, sehingga hal tersebut memerlukan waktu pelatihan terlebih dahulu sebelum dipekerjakan. Hal ini sebagai upaya memperkuat daya saing suatu usaha.

b. Keahlian pengusaha dalam mengelola usaha dan karyawan

Sebagai seorang pengusaha dituntut harus mengetahui ilmu tentang tata kelola bisnis dengan baik dan benar. Tidak hanya itu sebagai seorang pengusaha harus mengetahui tata cara mengelola sumber daya manusia dengan baik dan benar juga, karena sosok pengusaha atau pemimpin harus bisa mengatur semuanya dari lini produksi, distribusi, keuangan dan pelayanan. Serta seorang pemimpin harus bisa menjadi contoh yang baik terhadap para karyawannya, hal tersebut berguna untuk meminimalisir terjadinya kerugian usaha serta agar dapat memenangkan daya saing terhadap usaha yang lain.

c. Ketersediaan modal

Ketersediaan modal merupakan salah satu element penting sebagai upaya memenangkan daya saing, karena dengan ketersediaan modal yang cukup seorang pengusaha akan bisa memaksimalkan produksinya, serta, pelayanan yang diminta pelanggan sehingga dapat memaksimalkan laba yang didapatkan juga.

d. Sistem organisasi manajemen yang baik

Sistem organisasi yang baik dan sesuai keahlian para karyawan merupakan salah satu kunci keberhasilan daya saing. Pentingnya pengusaha mengerti tentang pengelolaan sumber daya manusia dan pentingnya pelatihan terlebih dahulu bagi karyawan merupakan salah satu agar pengorganisasian dalam sebuah usaha menjadi lebih baik dan tertata.

e. Ketersediaan teknologi pendukung

Dalam hal produksi, distribusi, dan pelayanan suatu usaha juga memerlukan teknologi sebagai alat pembantu dalam memaksimal pekerjaan disetiap lini serta memberikan kemudahan kepada para pelanggan untuk membeli atau memesan suatu produk atau jasa yang diinginkan.

f. Keterbukaan mengenai informasi

Para pelanggan suatu usaha memerlukan keterbukaan informasi usaha baik itu berupa jam buka atau tutup toko, harga barang yang ditawarkan, serta fasilitas yang disediakan dalam toko tersebut harus terbuka kepada semua pelanggan.

g. Ketersediannya bahan baku, energi, dll

Bahan baku, energi, dan sumber daya lainnya merupakan hal yang sangat penting dalam pengelolaan suatu produk hal tersebut berhubungan langsung dengan seberapa jumlah produksi yang bisa dihasilkan dalam suatu usaha, agar bisa memberikan produk dan pelayanan yang optimal (Tambun, 2008).

Pengukuran daya saing bisa dilihat melalui berbagai perspektif, menurut Gal (2010) peningkatan daya saing suatu usaha dapat dilihat dari hasil kinerja, namun, dari sudut pandang komprehensif daya saing dapat diukur dari pengaruhnya sampai hasil akhir yang sudah dicapai. Menurut Buckley et al (1998) daya saing dianggap suatu proses yang berkelanjutan, tidak hanya tentang kinerja yang dihasilkan tetapi juga proses yang dilakukan.

2. Indikator Daya Saing

Menurut Tulus Tambun (2021) indikator yang harus dimiliki atau difahami oleh setiap perusahaan atau pelaku UMKM dalam keunggulan bersaing yakni:

a. Teknologi yang tepat guna;

- b. Koefisiensi dalam hal produktivitas;
 - c. Tingkat entrepreneurship yang mumpuni dan tinggi;
 - d. Promosi yang meluas disegala penjuru dan terus menerus;
 - e. Kualitas pelayanan secara prima;
 - f. Kualitas dan jaminan mutu terbaik atas barang yang diproduksi;
 - g. Tenaga kerja dengan tingkat pengalaman, keterampilan, etos kerja, kreatifitas, pendidikan yang mumpuni disetiap lini;
 - h. Ekonomis disetiap lini;
 - i. Inovasi yang terus ada;
 - j. Diferensiasi/pembeda produk yang dihasilkan dengan kompetitor;
 - k. Sarana, prasarana dan modal yang mencukupi;
 - l. Jaringan distribusi yang luas;
 - m. Proses produksi yang tepat waktu.
3. Urgensi dari Daya Saing

Menurut Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi (PANRB) 2019, Tjahjo Kumolo urgensi dari daya saing adalah:

a. Produktivitas

Semakin tinggi produktivitas yang dihasilkan suatu kelompok atau negara maka semakin tinggi produktivitas warga dalam pengelolannya.

b. Investasi

Daya saing dalam usaha semakin tinggi maka akan menarik investor untuk ikut ambil alih dalam kompetisi daya saing ini dan selanjutnya akan mendukung pertumbuhan ekonomi.

c. Stabilitas dan ketahanan

Negara yang memiliki daya saing tinggi juga berakibat pada kestabilan dan ketahanan ekonomi dari bahaya resesi.

4. Manfaat Daya Saing

Menurut David, Fred R manfaat dalam daya saing antara lain:

- a. Mendorong produktivitas dan meningkatkan kemandirian dalam bersaing;
- b. Dapat meningkatkan kapasitas ekonomi, baik ekonomi regional maupun Internasional;
- c. Kepercayaan kepada mekanisme pasar bahwa lebih menciptakan efisiensi (David & Fred R, 2011).

5. Strategi Bersaing

Menurut David daya saing merupakan segala sesuatu yang dilakukan dengan baik dan maksimal oleh suatu perusahaan dibandingkan dengan kompetitor atau pesaing. Ketika suatu perusahaan dapat melakukan sebuah hal yang perusahaan lain tidak mampu, maka hal tersebut menggambarkan keunggulan yang kompetitif yang diperoleh suatu perusahaan. Keunggulan kompetitif merupakan hal yang sangat penting dalam keberhasilan jangka panjang dalam suatu organisasi perusahaan.

Sebuah perusahaan umumnya mampu untuk mempertahankan keunggulan kompetitifnya selama beberapa saat saja, karena, keunggulan yang dimiliki suatu perusahaan akan ditiru oleh perusahaan lain sebagai upaya dalam strategi bersaing. Strategi bersaing adalah kombinasi antara tujuan akhir yang ingin dicapai perusahaan dimana setiap perusahaan pasti memiliki tujuan akhirnya masing-masing. Sebagai upaya agar tetap unggul didalam hal bersaing, maka perusahaan harus selalu melakukan riset tentang keperluan pasar, keperluan pelanggan, teknologi yang tepat guna, dan faktor-faktor lainnya yang menjadi penunjang keunggulan bersaing. (David 2006).

Dari beberapa pendapat para ahli dapat disimpulkan strategi bersaing meliputi:

a. Harga dari produk atau jasa yang ditawarkan.

Sebelum menentukan harga dari produk atau jasa yang ditawarkan hendaknya terlebih dahulu menentukan segmentasi pasarnya, apakah dari kalangan menengah keatas atau menengah kebawah dan segmentasi untuk seorang orang pekerja ataupun seorang pelajar sebagai sasaran penjualan produk yang dihasilkan. Serta harus menentukan kualitas produk, jasa dan pelayanan yang diberikan, pelanggan menginginkan harga dari produk dan jasa sebanding dengan apa yang mereka keluarkan atau bayarkan.

b. Kualitas produk atau jasa yang ditawarkan.

Dalam menciptakan produk atau jasa yang berkualitas hendaknya seorang pengusaha dan karyawan memperhatikan semua aspek produksi dan pelayanan, agar para pelanggan merasa puas dengan apa yang telah mereka beli atau belanjakan pada usaha yang dijalani.

c. Kualitas pelayanan.

Kualitas pelayanan merupakan indikator yang berhubungan langsung dengan pelanggan dan hal tersebut yang dijadikan salah satu faktor dalam memilih dan membeli suatu produk yang diinginkan dan yang dibutuhkan, karena sejadinya para pelanggan ingin mereka dianggap sebagai raja dalam hal pelayanan dalam arti seorang karyawan harus melayani seorang pelanggan dengan maksimal sebagai upaya dalam memenangkan daya saing usaha.

d. Produktivitas tenaga kerja.

Tenaga kerja yang baik merupakan mereka yang bisa bekerja sama dengan tim dengan hasil yang maksimal, hal tersebut bertujuan untuk memenuhi kebutuhan jumlah permintaan pelanggan dengan hasil yang maksimal. Tenaga kerja yang baik ialah tenaga kerja yang sudah terlatih dan yang memiliki produktivitas yang tinggi juga. Tenaga kerja haruslah terampil di bidang yang sedang ditugaskan karena dengan cara tersebut tenaga kerja dapat bekerja secara maksimal.

e. Inovasi produk baru.

Inovasi dalam sebuah usaha digunakan agar para pelanggan tidak merasa bosan dengan produk yang ditawarkan, serta inovasi dibutuhkan untuk menggait segmentasi pasar baru sehingga cakupan segmentasi semakin luas. Inovasi dan pamaruan produk dibutuhkan suatu usaha agar tidak tertinggalan trend yang ada sehingga tetap bisa berdaya saing dengan usaha yang lain.

f. Pertumbuhan nilai tambah.

Nilai tambah suatu produk dilakukan dengan pengelolaan, penyimpanan, dan pengangkutan suatu produk dimana dari suatu barang yang siap dipasarkan tetapi dimodifikasi atau ditambahkan suatu yang dapat meningkatkan nilai tambah dari suatu produk tersebut.

6. Dimensi Daya Saing

Menurut Muhardi (2007) dimensi dari daya saing yakni meliputi biaya (*cost*), Kualitas (*quality*), Waktu penyampaian (*delivery*), dan fleksibelitas (*flexibility*) keempat dimensi dijabarkan sebagai berikut:

a. Biaya

Biaya adalah salah satu dimensi dari daya saing yang meliputi empat dimensi produksi yakni, produktifitas tenaga kerja, biaya produksi, penggunaan alat dan persediaan produksi. Unsur biaya merupakan salah satu hal mutlak yang harus dimiliki perusahaan sebagai pembiayaan produksinya, upah tenaga kerja, dan

cadangan produksi diguna apabila sewaktu-waktu diperlukan erusahaan untuk menunjang hal produksinya.

b. Kualitas

Kualitas merupakan suatu dimensi daya saing yang sangat penting karena hal tersebut meliputi tampilan produk, kecepatan dan ketepatan dalam menyelesaikan keluhan dari pelanggan, jangka waktu, daya tahan produk yang dihasilkan, kualitas etika pelayanan serta kesesuaian produk dengan apa yang dipesan pelanggan. Kualitas produk dapat dinilai dari desain prodk dan layanan yang diberikannya. Adapun daya tahan suatu produk dapat diukur dengan lamanya penggunaan produk.

c. Waktu penyampaian

Waktu penyampaian merupakan salah satu dimensi daya saing yang meliputi berbagai indikator diantaranya ketetapan waktu produksi, meminimalisir waktu tunggu pelanggan dan ketepatan waktu dalam penyampean produk.

d. Fleksibilitas

Fleksibilitas adalah dimensi daya saing operasional yang meliputi berbagai indikator diantaranya yakni produk yang dihasilkan, ketepatan penyesuan dengan lingkungan.

7. Etika persaingan bisnis dalam Islam

Persaingan bisnis yang semakin ketat dan kompleks sudah semestinya memerlukan penerapan etika persaingan dalam bisnis. Hal ini dianggap penting karena dalam agama Islam konsep bisnis tidak hanya semata-mata menjadi keuntungan tetapi keberkahan dan kesejahteraan bersama. Rosulullah telah memberikan contoh bagaimana cara agar bersaing dengan pembisnis lain dengan baik dan ketika berdagang Rosulullah tidak pernah membuat usaha pesaingnya hancur, dalam ini bukan berarti Rosulullah tidak menerapkan daya saing tetapi Rosulullah lebih menerapkan etika daya saing yang dibuktikan dengan menyebutkan spesifikasi barang yang dijual dengan jujur termasuk apabila terdapat kerusakan atau kecatatan dalam produk yang beliau jual. Hal tersebut dapat meningkatkan kualitas penjualan dan dapat menarik pelanggan lebih banyak dan menjadikan pelanggan loyal terhadap penjual tanpa menghancurkan bisnis orang lain (Rivai, 2017).

Terdapat anjuran yang dicontoh Rosulullah dalam persaingan bisnis antara lain (Norvadewi,2015:):

- a. Pembisnis muslim harus berupaya memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan.

Dalam melakukan pelayanan terbaik pada konteks ini dibutuhkan sifat dan pelaksanaan bisnis dengan berlandaskan keadilan, kejujuran, dan amanah dalam melakukan pelayanan terhadap pelanggan. Jika terjadi penyelesaian antara pembisnis dan pelanggan

maka diselesaikan dengan cara yang baik, adil dan tanpa adanya unsur penipuan. Hal tersebut bertujuan agar pelanggan menjadi puas sehingga menjadi loyal terhadap produk yang kita jual.

- b. Pembisnis muslim haruslah memberi keterbukaan terhadap barang atau jasa yang dijual, dilarang menutup-nutupinya.

Salah satu bentuk transparansi dalam bisnis ialah dengan menjelaskan kepada pelanggan hal yang menjadi kebaikan dan kecacatan dalam produk yang dijual, misalnya mengenai mutu, kuantitas, komposisi, dll.

- c. Pembisnis muslim harus memperhatikan syariat Islam dalam berbisnis

Syariat Islam di sini diartikan sebagai hukum-hukum yang berkaitan dengan akad dalam berbisnis serta berlaku adil kepada pelanggan, contohnya yakni dengan tidak melakukan penipuan yang bisa merugikan pelanggan.

- d. Bagi seorang muslim bisnis didasari oleh rasa taqwa kepada Allah

Harta yang diperoleh dari hasil bisnis merupakan karunia dari Allah dan setiap manusia telah ditentukan rizekinya kepada Allah dan tidak mungkin bertukar. Manusia hanya disuruh untuk ikhtiar dan menjemput rezeki dengan cara yang baik. Oleh karena itu mencari rezeki hukumnya wajib bagi umat muslim dan proses dalam mendapatkannya bisa dijadikan sebagai sarana agar lebih mendekatkan diri kepada Allah (Amalia:2014:136).

- e. Seorang muslim harus memandang bisnis sebagai pelaksanaan perintah kepada Allah.

Bagi seorang muslim berbisnis persaingan berarti berlomba-lomba agar menjadi hamba yang terbaik dihadapan Allah dengan tetap mentaati perintah dan menjauhi larangan dalam hal berbisnis. Sedangkan terbaik dimata manusia diaplikasikan dengan menjalankan bisnis dengan produk dengan kwalita baik dan halal.

2.2 Penelitian Terdahulu

No	Judul penelitian, tahun, peneliti	Variabel/indikator	Metode penelitian	Hasil	Perbedaan
1	“Optimalisasi Pelayanan Prima Dalam Meningkatkan Potensi Bisnis Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Cilember, Bogor.” (2018).	Pelayanan prima	Deskriptif kualitatif	Hasil dari penelitian ini adalah pelayanan yang diberikan kepada pelanggan yang memesan atau yang membeli produk pada UMKM ini sudah dilakukan dengan komunikasi yang mudah dimengerti dan memberikan rasa puas kepada pelanggan. Strategi pemasaran UMKM ini dengan cara mengikuti pameran yang diadakan oleh pemerintah daerah bogor, ikut dalam kegiatan bazar, produknya dijual ditempat-tempat wisata serta <i>market place</i> atau penjualan berbasis online	Perbedaan jurnal ini terhadap penelitian penulis terletak pada tempat penelitian, serta dalam penelitian penulis menggunakan pendekatan pelayanan prima perspektif etika bisnis Islam, sedangkan pada jurnal hanya menggunakan pelayanan prima saja

	Azwa, Lis Mariam, Nining Latianingsih, Nidia Sofa, Azwar.				
2	“Pengaruh Modal Usaha, Strategi Pemasaran dan Pelayanan Prima Terhadap Perkembangan UMKM (Studi kasus pada reparasi sepeda motor di Kecamatan Pakem Kabupaten Sleman)”.(2020), Dwi Rahayu.	Pengaruh modal dan strategi pemasaran. terhadap UMKM.	Kuantitatif	Hasil penelitian ini menyatakan bahwa terdapat positif dan signifikan antara modal usaha, strategi pemasaran dan pelayanan prima terhadap UMKM yang bergerak dibidang reparasi motor di Kecamatan Pakem, baik secara parsial maupun simultan. Dalam hal ini modal usaha, strategi pemasaran, dan pelayanan prima mendapat skor 63%, sedangkan lainnya di pengaruhi oleh sektor lainnya.	Perbedaan terletak pada jumlah variabel yang diteliti, dalam jurnal ini terdapat tiga variabel yakni modal usaha, pemasaran, dan pelayanan prima, sedangkan dalam penelitian peneliti hanya terdapat satu variabel yakni pelayanan prima. Dari metode penelitiannya juga berbeda, jurnal ini menggunakan metode kuantitatif sedangkan dalam penelitian penulis menggunakan metode kualitatif.
3	“Pengaruh Kepercayaan Merek, Kualitas	Kepercayaan merek, promosi, dan	Kuantitatif	Kepercayaan merek, promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadapkepuasan pelanggan oulate rabbani.	Perbedaan terletak pada metode yang dipake, dalam jurnal menggunakan metode kuantitatif, sedangkan dalam penelitian penulis menggunakan kualitatif, perbedaan selanjutnya yakni pada objek tempat yang diteliti

	Pelayanan Islami Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Outlet Rabbani Di Kota Jambi”. (2019). Rafidah, Mila Dewi F.	kualitas pelayanan Islam.			serta perbedaan pada indikator
4	“Pengaruh Etika Bisnis Islam Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Muslim Pada Restaurant Dr. Nia Baker Seafood N Steak House Di Kota Dumai.” (2019).	Etika bisnis Islam dan kualitas pelayanan.	kuantitatif	Variabel etika bisnis Islam memberikan pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan muslim. Dan variabel pelayanan memberikan kontribusi positif signifikan.	Perbedaan terletak pada metode yang digunakan, perbedaan lain juga terdapat pada tempat yang diteliti.

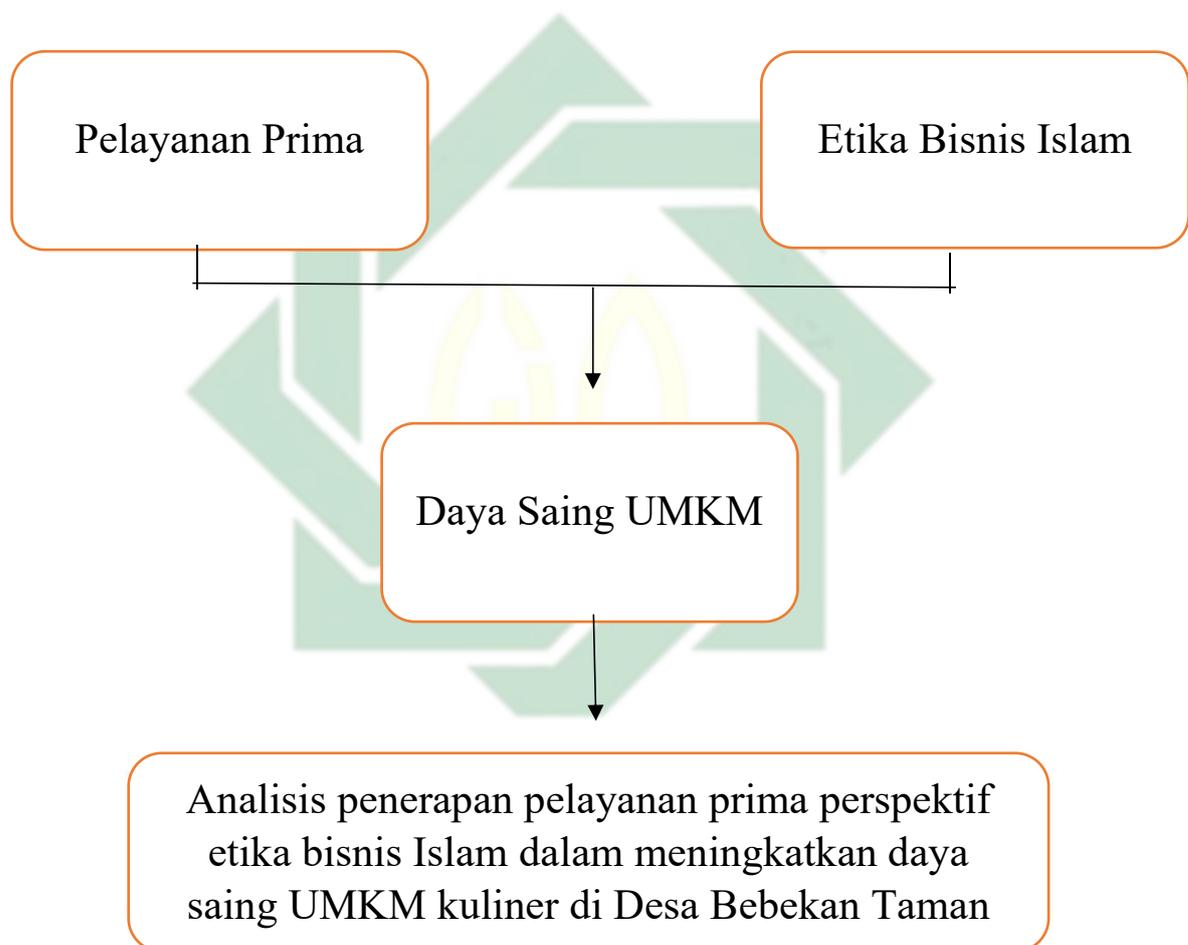
	Trisya Muliati, Faiza Nurmatias, Khairul Azmi.				
5	“Implementasi Etika Bisnis Islam Pelaku Usaha Mikro : Studi Kasus Pada Pelaku Usaha Mikro Syariah Puspa Bank Indonesia Wilayah Jawa Barat Di Bandung Tahun 2017.” (2019). Juliana ¹ , M. Faathir & Sulthan.	Etika bisnis Islam dan usaha mikro.	Deskriptif kuantitatif	Implementasi penerapan etika bisnis Islam pelaku usaha mikro termasuk ke dalam kriteria yang sangat baik, hal ini ditunjukkan oleh penerapannya etika jujur, ihsan.	Perbedaan terletak pada metode yang digunakan, perbedaan lain terdapat pada variabel yang diteliti, dalam jurnal meneliti etika bisnis Islam, sedangkan pada penelitian peneliti meneliti tentang etika pelayanan Islam. Dan tempat studi kasusnya juga berbeda.
6.	“Etika Pelayanan Usaha <i>Food</i>	Pelayanan ekonomi Islam	Deskriptif kualitatif	Teknik pelayanan yang dilakukan oleh Queen Resto yakni dengan 3S (Senyum, Salam, Sapa). Dan dalam pelayanan sudah menerapkan pelayanan Islam dengan baik yang meliputi profesional,	Perbedaan terletak pada indikator pelayanan Islam, dalam indikator penulis mencakup kepercayaan dan keandalan, daya tanggap, jaminan. Empati, dan bukti fisik. Sedangkan pada jurnal

<p><i>Court Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Queen Resto Kelurahan Bago Tulungagung).”</i> (2021). Mifnatul Mukharomah, Mei Santi.</p>			<p>amanah, komunikatif dan jujur.</p>	<p>indikator pelayanan Islam mencakup profesioanl, amanah, komunikatif, dan jujur. Perbedaan juga terletak pada tempat studi kasusnya.</p>
<p>7. “The Relationships Between Management’s Perception of Total Quality Service and Customer Perceptions of Service Quality”.</p> <p>(2002).</p>	<p>Execellend Service</p>	<p>kuantitatif</p>	<p>The results have indicated that the TQS dimensions, as a whole, are indeed good predictors of service quality.</p>	<p>Perbedaan terletak pada metode penelitiannya. penelitian serta fokus pada penelitian ini yakni menguji pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap pelayanan yang dirasakan pelanggan..sedangkan pada penelitian penulis menganalisis pelayanan UKM</p>

	Sureshchandar, Chandrasekhanr a, dkk.				
8.	“Growing Customer Loyalty Through Excellent Service And Busines Ethis”. (2021). Siti Fatimah. Sri Wahyuni S.	Excellent Service	kuantitatif	The results of the study indicate that excellent service and business ethics simultaneously have a significant influence on customer loyalty.	Perbedaan terletak pada metode penelitiannya, perbedaan lainnya terletak pada lokasi penelitian dan sampel yang diuji.
9.	“Exploring the Linkages Between Quality System, Service Quality, and Performance Excellence: Service Providers’ Perpectives”.	Service Quality, and Performance Excellence:	Deskriptif Kualitatif	Results of a detailed case study and empirical analysis show that employees perceive strong linkages between quality system, service quality, and performance measures.	Perbedaanya terletak pada tempat penelitian serta sampel yang digunakan.

	(2002). Low S Cow. Rohit Verma				
10.	“Sources Of Small and Medium Enterprises Excellent Business Performance In a Service Oriented Economy”. (2005). Koji Tanabe, ChihiroWatanab e.	Enterprises Excellent Business	Kualitatif	Such excellent performance can be attributed to their business strategy aiming at maximizing the benefits of tie- ups with external institutes for assimilating external knowledge to improve their service value.	Perbedaan terletak pada tempat, studi kasus dan informan yang diwawancarai

2.3 Kerangka Konseptual



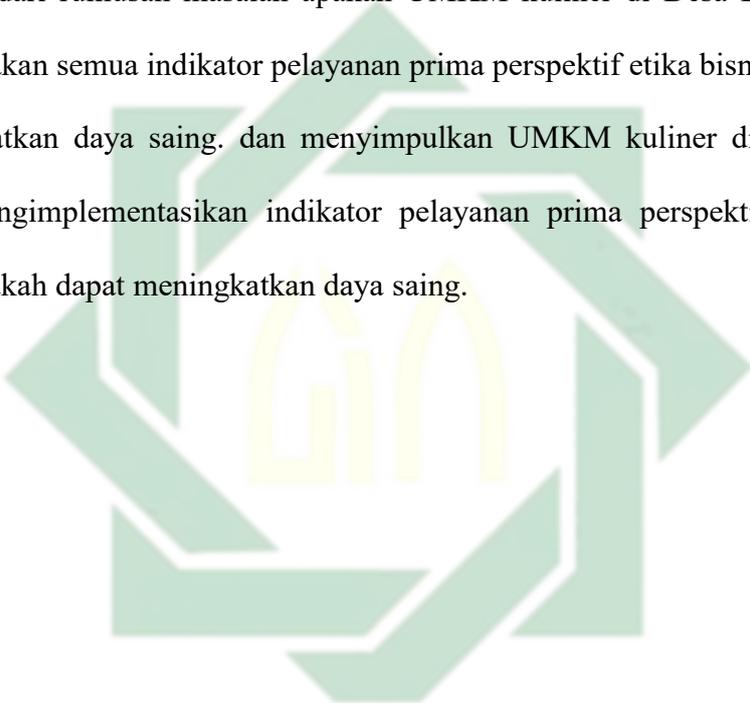
Dalam menjalankan sebuah usaha atau bisnis, agama Islam selalu memperhatikan aspek keseimbangan antara kehidupan dunia dan kehidupan di akhirat, hal tersebut selalu menjadi pegangan bagi pembisnis yang ingin bisnis yang dijalankannya sukses. Para pelaku usaha diwajibkan untuk mempunyai kesadaran mengenai etika dan moral karena hal tersebut dapat berdampak besar bagi bisnis yang dijalankan. Etika bisnis Islam menjunjung tinggi nilai kejujuran, saling percaya, keadilan.

Etika pelayanan Islam atau pelayanan prima perspektif etika bisnis Islam mengandung enam indikator yang dijadikan patokan dalam menilai etika pelayanan Islam, hal tersebut antara lain: kepercayaan atau keandalan (*Realibility*), daya tanggap (*Responsiveness*), jaminan (*Assurance*), empati (*Emphaty*), bukti fisik (*Tangibles*). Selain itu pelayanan prima juga memiliki indikator atau standarisasi antara lain Sikap pelayanan (*Attitide*), Tindakan (*Action*), Perhatiankepada pelanggan (*Attention*), Tanggung jawab (*Accountability*). Kemampuan (*Ability*), dan Penampilan (*Appearance*). Kualitas etika pelayanan Islam yang baik dapat meningkatkan daya saing UMKM. Salah satu indikator dalam memenangkan daya saing yakni dengan melakukan pelayanan prima atau pelayanan yang istimewa kepada pelanggan.

Dalam penelitian ini, penulis menjelaskan mengenai pelayanan UMKM kuliner di Desa Bebekan, selanjutnya akan diteliti dan di analisis lebih lanjut pelayanan prima perspektif etika bisnis Islam dan peran apa yang dihasilkan dari penerapan pelayanan prima perspektif etika bisnis Islam dalam hal daya saing usaha. Dalam menganalisis dan meneliti langsung ke lapangan, peneliti

menggunakan indikator pelayanan prima perspektif etika bisnis Islam sebagai landasan dalam menilai pelayanan UMKM kuliner serta dampak yang terjadi setelah penerapan etika pelayanan Islam dalam UMKM kuliner di Desa Bebekan.

Kemudian, berdasarkan hasil analisis barulah didapatkan kesimpulan atau jawaban dari rumusan masalah apakah UMKM kuliner di Desa Bebekan sudah menerapkan semua indikator pelayanan prima perspektif etika bisnis Islam dalam meningkatkan daya saing. dan menyimpulkan UMKM kuliner didesa Bebekan yang mengimplementasikan indikator pelayanan prima perspektif etika bisnis Islam apakah dapat meningkatkan daya saing.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sumber Data.

3.1.1 Jenis penelitian

Metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan yang bersifat kualitatif deskriptif. Menurut Nawawi penelitian kualitatif merupakan kegiatan untuk menyaring data dan informasi. Kegiatan tersebut dilakukan berdasarkan masalah tertentu yang sudah disebutkan di dalam penelitian tersebut (Nawawi, 1994). Sedangkan menurut Denzin dan Linkoln (1994) menyatakan bahwa penelitian kualitatif merupakan suatu penelitian yang menggunakan latar belakang alamiah yang bertujuan untuk menggambarkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan cara melibatkan beberapa metode yang ada). Erickson berpendapat bahwa penelitian kualitatif berusaha untuk menemukan dan menggambarkan secara naratif suatu kegiatan yang akan dan sedang dilakukan dan dampak dari kegiatan tersebut untuk kehidupan mereka (Anggito, 2018)

Pada penelitian ini penulis menggunakan pendekatan deskriptif dalam menganalisis dan menyajikan fakta secara sistematis serta untuk memahami fenomena yang dialami subjek penelitian sehingga menghasilkan data tertulis dan perilaku orang-

orang yang sedang diamati. Tujuan dari penelitian ini adalah mendeskripsikan fenomena-fenomena yang ada baik berupa fenomena buatan manusia maupun fenomena alami. Fenomena tersebut dapat berupa karakteristik, perbedaan, persamaan, aktivitas, dan perubahan antara fenomena satu dengan fenomena lain. Kajian ini dilakukan secara mendalam, mendasar, dan berorientasi pada proses. Dalam penelitian ini pendekatan deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan pelayanan UMKM kuliner di Desa Bebekan Taman Sidoarjo dan menganalisis pelayanan prima untuk meningkatkan daya saing perspektif etika bisnis Islam.

3.1.2 Sumber Data

Dalam melakukan penelitian, peneliti mempersiapkan data dan sumber data yang akan dikelola sebagai landasan dalam suatu penelitian. Pengertian data penelitian adalah suatu informasi atau bahan yang digunakan untuk mempelajari atau menganalisis suatu permasalahan yang timbul dan menarik kesimpulan dalam penelitian. Data menurut Winarsunu adalah data diartikan sebagai keterangan, data tersebut dapat berupa angka atau disebut kuantitatif dan berupa bukan bilangan atau disebut dengan data kualitatif.

Dalam penelitian kualitatif sumber data dibagi menjadi dua yaitu sumber data primer atau yang utama dan sumber data

sekunder atau penunjang adapun sumber data penelitian ini yaitu (Winarsunu, 2017):

1. Sumber Primer

Sumber primer atau Sumber utama dalam penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara langsung kepada pelaku UMKM kuliner dan pelanggan UMKM kuliner di Desa Bebekan Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo, serta melakukan observasi atau pengamatan secara langsung tentang pelayanan prima perspektif etika bisnis Islam yang dilakukan oleh para pelaku UMKM kuliner Di Desa Bebekan Taman Sidoarjo.

2. Sumber Sekunder

Sumber sekunder atau sumber penunjang dalam penelitian ini yang akan didapatkan dari hasil pemaparan data dari kantor kelurahan, situs terkait, dan beberapa arsip atau dokumentasi yang ada, serta sumber bacaan.. Pengumpulan data sekunder dilakukan dengan cara menghubungi pihak yang tidak terkait langsung dalam penelitian dan mencari pada situs terkait masalah yang diteliti.

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian merupakan suatu tempat atau wilayah yang dijadikan objek penelitian. Dalam penelitian ini objek penelitian terletak di Desa Bebekan, Kecamatan Taman, Kabupaten Sidoarjo. untuk waktu yang

akan dibutuhkan dalam penelitian ini selama 2 bulan yakni bulan Desember 2022 – Januari 2023.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini terdapat beberapa teknik yang akan peneliti lakukan dalam melakukan pengumpulan data, hal tersebut bertujuan untuk memperoleh informasi yang benar dan akurat. adapun teknik tersebut antara lain:

1. Observasi

Observasi yaitu aktivitas pengamatan penelitian kepada objek dengan maksud untuk merasakan dan kemudian memahami tentang pengetahuan dari sebuah fenomena berdasarkan gagasan pengetahuan yang sudah diketahui sebelumnya. Metode ini dilakukan sebagai langkah awal dengan cara melihat secara langsung objek yang akan diteliti guna untuk mendapatkan informasi dan data sebagai penguat dalam sebuah penelitian. Dalam penelitian ini peneliti akan melakukan observasi langsung ke lapangan atau ke tempat pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dan mengamati pelayanan yang diterapkan dalam UMKM kuliner di Desa Bebekan, Kecamatan Taman, Kabupaten Sidoarjo.

Hal yang termasuk pengamatan dalam observasi penelitian ini antara lain yakni meliputi pelayanan prima. Apakah UMKM kuliner di Desa Bebekan sudah menjalankan semua indikator dalam pelayanan prima dengan baik, selain pengamatan pada aspek pelayanan prima yang meliputi Sikap pelayanan (Attitude), Tindakan (Action), Perhatian kepada

pelanggan (*Attention*), Tanggung jawab (*Accountability*). Kemampuan (*Ability*), dan Penampilan (*Appearance*). Pada penelitian ini juga mengamati tentang etika pelayanan Islam, hal yang di amati yakni meliputi aspek kepercayaan dan keandalan (*realibility*), aspek daya tanggap (*responsiveness*), aspek jaminan (*assurance*), empati, dan aspek bukti fisik (*tangibless*) serta apa dampak melakukan pelayanan prima perspektif etika bisnis Islam terhadap daya saing bisnis UMKM kuliner.

2. Wawancara

Menurut Black dan Champion (2009) wawancara adalah suatu komunikasi verbal dengan tujuan mendapatkan informasi (dari salah satu pihak). Wawancara yang akan dilakukan pada penelitian ini dilakukan secara langsung kepada pelaku usaha, mikro, kecil dan menengah (UMKM) yang bergerak dibidang kuliner di Desa Bebekan Taman Sidoarjo. wawancara ini bertujuan untuk mengetahui sumber data yang dilakukan dengan cara tanya jawab kepada pelaku usaha UMKM.

pertanyaan yang dilakukan kepada pemilik atau pengelola UMKM kuliner yakni meliputi pelayanan prima yang mencakup Sikap pelayanan (*Attitide*), Tindakan (*Action*), Perhatian kepada pelanggan (*Attention*), Tanggung jawab (*Accountability*). Kemampuan (*Ability*), dan Penampilan (*Appearance*). Dan menanyakan pelayanan perspektif etika bisnis islam yakni meliputi aspek kepercayaan dan keandalan (*realibility*), aspek daya tanggap (*responsiveness*), aspek jaminan (*assurance*), empati, dan aspek bukti fisik (*tangibless*), serta apa dampak

melakukan pelayanan prima perspektif etika bisnis Islam terhadap daya saing bisnis UMKM kuliner. (lembar transkrip wawancara pada lembar 2).

3. Dokumentasi

Menurut Satori dan Komariah (2013) pengertian dokumentasi adalah catatan suatu kejadian yang sudah lampau yang dinyatakan dalam bentuk tulisan, data dan lisan. Dokumentasi merupakan sebuah informasi yang didapatkan secara tidak langsung, doketasi juga digunakan sebagai salah satu sumber data penelitian ini guna untuk menafsirkan, pembuktian, meramalkan, suatu fenomena yang diteliti. Dalam penelitian ini dokumentasi akan diperoleh dari situs resmi pemerintah terkait UMKM dan kantor kelurahan.

3.4 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan suatu alat atau metode panduan dalam pengumpulan data. Terdapat dua hal utama yang mempengaruhi kualitas hasil penelitian yakni kualitas pengumpulan data dan instrumen penelitian. Dalam penelitian ini menggunakan beberapa jenis instrumen penelitian antara lain:

1. Panduan observasi, hal tersebut merupakan pedoman yang digunakan dalam pengumpulan data pada saat proses penelitian;
2. Pedoman wawancara, yakni suatu pedoman yang dijadikan pedoman wawancara kepada narasumber yang berupa daftar pertanyaan yang akan diajukan kepada narasumber;

3. Format catatan tertulis dokumentasi, hal tersebut meliputi buku catatan yang digunakan untuk mencatat suatu peristiwa penting dalam bentuk tulisan langsung atau arsip-arsip tentang suatu yang berhubungan dengan penelitian.

3.5 Teknik analisis Data

Teknik pengolahan data dan analisis data pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Data disajikan secara deskriptif fenomenologis sebagai cara untuk memahami arti dari fenomena atau peristiwa yang muncul dan kaitan-kaitannya yang memunculkan analisis. Proses pengolahan data dan analisis dalam penelitian ini dilakukan secara bersamaan dengan proses pengumpulan data menurut Miles dan Huberman (1984) tahapan pengelolaan data sebagai berikut:

3.5.1 Reduksi Data

Reduksi data merupakan suatu proses atau kegiatan dalam penyederhanaan, pemilihan, pemusatan perhatian dari data mentah yang telah diproses. Data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi kemudian di catat secara rinci dan teliti. Mereduksi data sama halnya dengan merangkum suatu hasil dari data yang diperoleh, memilih hal-hal yang penting dan pokok, memfokuskan dengan hal yang dianggap relevan serta berkaitan dengan penelitian. Oleh karena itu, data yang direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti dalam melakukan pengumpulan data selanjutnya.

3.5.2 Penyajian Data

Setelah melakukan reduksi data, maka langkah selanjutnya yakni melakukan penyajian data dengan menyusun informasi yang kompleks ke dalam bentuk yang sistematis sehingga menjadi susunan data yang sederhana dan mudah dipahami arti dan maknanya. Penyajian data yang dimaksud bertujuan untuk menemukan pola-pola yang bermakna dan mempermudah data penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan.

3.5.3 Penarikan kesimpulan

Hal terakhir yang dilakukan peneliti yaitu mengambil kesimpulan dari hasil penelitian dari awal hingga akhir. Hingga peneliti mendapatkan makna atau hasil dari penelitian ini serta penelitian ini bisa bermanfaat bagi semua masyarakat dan kesimpulan yang dikemukakan masih bersifat sementara hingga ditemukan bukti-bukti kuat yang mendukung tahap pengumpulan data selanjutnya (Miles dan Huberman, 1984).

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB IV

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Subjek dan Objek Penelitian

4.1.1 Letak geografis Desa Bebekan

Desa Bebekan merupakan Salah satu desa di kabupaten Sidoarjo Jawa Timur yang terletak di Kecamatan Taman, kode wilayah 3515131020 dengan luas wilayah 63 Ha dan jumlah penduduk pada juni 2022 mencapai 6448 jiwa. Nama lurah yang menjabat pertama yakni Bapak Noto Prawiro dan yang menjabat sebagai lurah Desa Bebekan saat ini adalah Bapak Arief Agus Tjahjono SE. di Desa Bebekan terdapat 25 rukun tetangga (RT) dan 7 rukun warga (RW).

Desa Bebekan termasuk salah satu dari 16 desa di Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo Provinsi Jawa Timur. Seluruh daerah di Desa Bebekan dapat diakses melalui jalan umum dan jalan desa, jarak antara Desa Bebekan dengan kantor Kecamatan Taman hanya kurang lebih 300 meter, sedangkan jarak dari kantor kabupaten berjarak kurang lebih 15 Km. Desa Bebekan berbatasan langsung dengan Desa Sepanjang di sisi Utara, Desa ketegan di sisi timur,

Desa Wonocolo di sisi selatan, dan kota Surabaya di sisi barat.

Berikut peta lokasi Desa Bebekan Taman Sidoarjo...



Tabel 4.1 peta Desa Bebekan, Sumber peta Nasional

4.1.2 UMKM kuliner di Desa Bebekan

Masyarakat di Desa Bebekan memiliki latar belakang kepribadian yang bermacam-macam. Mulai dari agama, suku, bahasa, warna kulit, mata pencarian, dan lain-lain yang berbeda-beda. Tetapi, hal tersebut tidak menjadikan suatu masalah atau konflik sosial dalam masyarakat Desa Bebekan, Masyarakat saling hidup rukun berdampingan dan saling tolong menolong antar sesama.

Terdapat banyak masyarakat yang berdatangan ke Desa Bebekan dari segala penjuru wilayah untuk mencari tempat tinggal atau hanya mencari penghasilan di desa tersebut, hal ini, dibuktikan terdapat banyak kosan yang tersedia, dan hampir semua kosan yang

disewakan sudah penuh. Hal ini menandakan bahwa masyarakat Desa Bebekan sangat produktif dalam suatu kegiatan yang bisa menghasilkan pendapatan bagi dirinya sendiri. Banyak peluang usaha yang bisa dihasilkan di Desa Bebekan.

Mata pencarian masyarakat Desa Bebekan sangat beragam mulai dari pelaku UMKM, buruh pabrik, pekerja kantoran, Ibu rumah tangga, dan lain-lain. Terdapat 381 pelaku UMKM yang berada di Desa Bebekan dan 114 diantaranya merupakan UMKM kuliner yang bisa dikategorikan sukses. Oleh karena itu, para pelaku UMKM bisa mendapatkan penghasilan bersih 7-12 Juta rupiah setiap bulannya.

Rt	jumlah UMKM kuliner
1	6
2	0
3	6
4	7
5	11
6	2
7	7
8	0
9	11
10	6
11	1
12	11
13	4
14	3
15	0
16	5
17	2

18	0
19	7
20	0
21	10
22	0
23	0
24	15
Jumlah	114

Adapun pembagian dan jumlah

UMKM kuliner di Desa Bebekan yang diperoleh dari kantor kepala sebagai berikut:

Rt	jumlah UMKM
1	21
2	3
3	12
4	26
5	33
6	12
7	20
8	1
9	46
10	19
11	18
12	28
13	18
14	14
15	0
16	18
17	16
18	0
19	20
20	0
21	22
22	0
23	0
24	34
Jumlah	381

data
desa

Tabel 4.2 Sumber: kantor kepala desa Tabel 4.3 Sumber: kantor kepala desa

Dari data yang diperoleh di kantor kepala desa diperoleh data macam-macam bentuk UMKM kuliner yang dijual atau ditawarkan masyarakat Desa Bebekan, data tersebut antara lain:

UMKM kuliner	Jumlah
Warung Mie	2
Warung Nasi	15
Krupuk	4
Nasi Pecel	8
Bakso	13
Sate	1
Ayam dan Ikan Bakar	1
Roti basah dan kering	18
Frozen food	1
Penyetan	5
Kue Putu	1
Gorengan	10
Seblak	3
Pentol	2
Catering	3
Tahu Bulat	1
Nasi Goreng	3
Lontong kupang	2
Kulit lumpia	1
Kue leker	1
Soto	4

Sate Cecek	1
Corndog	1
Bubur Ayam	2
Telur Puyuh	2
Bubur kacang Hijau	1
Jajan Pasar (getuk,klanting, ddl)	1
Telur Asin	1
Tahu Walek	1
Rujak	1
Snack	2
Ayam Geprek	1
Mie Ayam	3
Puding	1
Nasi bungkus	2

Tabel 4.4. macam-macam kuliner.Sumber: kantor kepala desa

Dari data tersebut menunjukkan bahwa terdapat berbagai macam usaha kuliner di Desa Bebekan Taman Sidoarjo. dari data tersebut diperoleh usaha berdagang dan membuat roti kering dan basah menempati peringkat pertama dengan jumlah UMKM sebanyak 18 pelaku UMKM yang ada di Desa Bebekan, selanjutnya yang ke dua terdapat warung nasi dengan 15 pelaku UMKM, yang ke tiga terdapat UMKM kuliner bakso sebanyak 12 pelaku usaha, dan yang ke empat terdapat UMKM kuliner gorengan dengan 10 pelaku UMKM di Desa Bebekan Taman Sidoarjo. selain itu masih di bawah 10 pelaku UMKM dan didominasi oleh satu usaha kuliner terdapat satu pelaku saja di Desa Bebekan.

Pengelompokan usaha UMKM kuliner dibagi dua yakni UMKM kuliner berat dan UMKM kuliner ringan. Dalam pembagian tersebut antara lain:

KULINER BERAT	KULINER RINGAN
Warung Mie	Produsen Krupuk
Warung Nasi	Roti
Nasi pecel	Frozen food
Bakso	Putu
Sate	Gorengan
Ayam & ikan Bakar	Seblax
Penyetan	Pentol
Bebek Goreng	Tahu Bulat
Catering	Kulit lumpia
Nasi Goreng	Leker
Lontong Kupang	Cecek
Soto	Corndog
Mie goreng	Telur puyuh
Bubur Ayam	Bubur Kacang Hijau
Mie Ayam	Jajanan pasar
Ayam Geprek	Telur Asin
Nasi Bungkus	Tahu walek
	Rujak
	Puding
	Snack

Tabel 4.5 pembagian UMKMKuliner berat dan ringan Sumber: kantor kepala desa.

4.2 Deskripsi Hasil Penelitian

Deskripsi penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara, dan observasi langsung kepada pelaku UMKM kuliner yang ada di Desa Bebekan, hal yang menjadi landasan dalam wawancara dan observasi pada penelitian ini mengenai pelayanan prima perspektif etika bisnis Islam yang dilandaskan pada teori dari Barata (2003) mengenai standarisasi pelayanan prima dan berlandaskan kepada Fauzia (2021) tentang etika pelayanan Islam serta contoh sikap Rosulullah dalam berdagang yang sudah masuk kedalam teori Fauzia.

4.2.1 Etika Pelayanan UMKM kuliner Desa Bebekan

Dari data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi kepada pelaku UMKM kuliner Desa Bebekan ditemukan data bahwa pelayanan prima pespektif etika bisnis Islam hampir semua sudah menjalankan indikator dengan baik dan benar tetapi karena kurangnya pengawasan dan evaluasi terhadap kinerja pelayanan yang digunakan, maka pelayanan prima yang dilakukan oleh pelaku kuliner Desa Bebekan masih kurang maksimal dan masih terdapat indikator pelayanan prima yang masih belum diterapkan dengan baik.

Dari sudut pandang orang awam para pelanggan menilai bahwa kebanyakan pelaku UMKM kuliner yang ada di Desa Bebekan sudah menjalankan pelayanan prima. Para pelanggan

hanya menilai beberapa indikator tentang pelayanan prima saja seperti Sikap pelayanan (Attitude), Tindakan (Action), Perhatian kepada pelanggan (Attention) padahal masih terdapat standarisasi pelayanan prima yang para pelaku usaha belum lakukan seperti Tanggung jawab (Accountability), Kemampuan (Ability), dan Penampilan (Appearance) dan dalam perspektif etika Bisnis Islam juga belum dilaksanakan terkait *tangibles* (bukti fisik) dan Empati kepada pelanggan.

Etika pelayanan yang telah diterapkan oleh pelaku UMKM kuliner di Desa Bebekan sudah terun-temurun dilakukan dengan hal yang sama. Hal tersebut juga telah dilakukan berulang-ulang dalam melayani pelanggan. Para pelaku UMKM yang ada di Desa Bebekan kebanyakan hanya sekedar meniru strategi pelayanan yang dilakukan oleh pelaku usaha lain yang dianggap lebih baik dan lebih berhasil dibidang usahanya.

Penggunaan bahasa sehari-hari yang dilakukan pelaku UMKM kuliner di Desa Bebekan didasari karena hampir semua usaha UMKM juga menggunakan bahasa sehari-hari dalam pelayanan, jadi sebagian masyarakat menganggap bahasa tersebut sudah baik digunakan dalam melakukan pelayanan sesuai dengan pelayanan prima. Meskipun begitu, masih terdapat juga pelaku UMKM kuliner di Desa Bebekan yang sudah menggunakan etika

bahasa yang bagus, sopan, dan baik sesuai dengan kode etik dan pengolahan kata yang baik.

Contoh UMKM yang menggunakan bahasa yang baik yakni UMKM bakso dan mie ayam Bapak Sunar, dari hasil wawancara dan observasi kepada pemilik dan karyawan temukan bahwa UMKM milik Bapak Sunar ini sudah menggunakan bahasa yang baik dan sopan dalam komunikasi. “Saya selalu menekankan kepada diri saya dan karyawan agar menggunakan bahasa yang baik dan sopan kepada semua pelanggan, agar pelanggan merasa dihormati”. Ujar Bapak Sunar ketika wawancara mengenai etika komunikasi yang diterapkan. Contoh UMKM yang menggunakan bahasa yang baik yakni UMKM Kuiner milik Ibu Karmi. “saya selalu melakukan basa yang baik kepada pelanggan mas, biar pelanggan juga merasa dihormati dan mengeluarkan kritik dan sarang untuk UMKM ini:., ujar Ibu Karmi.

Terdapat Sebagian pelaku usaha kuliner di Desa Bebekan yang menganggap bahwa kesuksesan daya saing usaha hanya dipengaruhi modal yang besar dan produk yang dijual atau ditawarkan tanpa terlalu memikirkan etika pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, oleh sebab itu masih terdapat para pelaku UMKM kuliner yang terus berinovasi untuk memperbarui produk hasil olahannya tanpa memikirkan aspek lain yang dapat menunjang daya saing contohnya memikirkan etika pelayanan

Islam. Hal tersebut dilakukan agar para pelanggan menjadi loyal terhadap produk yang dijual atau ditawarkan dan dapat juga menambah dan memperluas pangsa pasar.

Standarisasi pelayanan prima menurut Barata (2003) yang dijadikan dasar analisis pelayanan prima seperti berikut:

1. Sikap (*Attitude*)

Sikap yang harus diperhatikan dalam melayani pelanggan yakni dengan berpenampilan sopan, sehat jasmani dan rohani, berkomunikasi dengan baik dan bersikap mengalah serta menghargai pelanggan. Sikap yang baik kepada pelanggan akan berdampak baik juga kepada loyalitas pelanggan. Seperti pada UMKM bubur suro milik Bapak Yusman”saya selalu menjaga sikap yang baik kepada pelanggan” ujar Bapak Yusman. Selain itu Bapak Sunar juga selalu mengedepankan sikap yang sopan kepada pelanggan. “saya selalu mengajarkan dan memberitau kepada karyawan saya agar selalu sopan dan menghormati dan berkomunikasi kepada pelanggan” ujar Bapak Sunar saat dilakukan wawancara.

Terdapat juga pelaku UMKM kuliner di Desa Bebekan yang belum memperhatikan aspek sikap yang baik kepada pelanggan. Masih ditemukan juga sikap yang kurang ramah dan

menghormati para pelanggan dengan baik. Tetapi, hal tersebut masih sebagian kecil saja.

2. Perhatian (*Attention*)

Perhatian (*Attention*) dari perspektif etika Bisnis Islam sama halnya dengan indikator empati. Perhatian yang dilakukan kepada pelanggan yakni dengan berkomunikasi kepada pelanggan dengan baik dan sopan. Dalam hal Komunikasi yang dilakukan pelaku usaha kuliner Desa Bebekan dalam menarik empati para pelanggan sebagian sudah dilaksanakan dengan baik, bagi pelaku usaha yang melakukan hal tersebut dilakukan dengan cara menganggap bahwa pelanggan adalah keluarga yang harus diberi rasa empati dalam pelayanan. Dalam berkomunikasi dengan pelanggan dengan tujuan untuk menarik empati pelanggan. Terdapat para pelaku UMKM kuliner Desa Bebekan yang melakukan hal tersebut hanya sekali saja dalam usahanya, ada pula yang melakukannya berulang kali dan menjadi kewajiban dan ada pula yang jarang melakukan hal tersebut.

Komunikasi yang dilakukan pelaku usaha kuliner di Desa Bebekan dalam menarik empati pelanggan sebagian sudah dilakukan dengan cara yang jujur, menggunakan kalimat yang baik, sopan, tidak berbohong, dan tidak memotong pembicaraan, seperti yang diterapkan oleh Ibu Karmi dalam UMKM nya. “saya selalu berkomunikasi dengan baik dan sopanmas kepada

siapapun baik itu yang lebih muda dan lebih tua dari saya”. walaupun belum semua pelaku usaha melakukan hal tersebut. Hal pertama yang dilakukan pelaku usaha dalam mendapatkan empati yakni dengan selalu menyapa pelanggan dengan ramah, senyuman, dan sopan santun. Ikut dalam menyelesaikan masalah terkait pelayanan atau kesalahan yang dilakukan pelaku usaha merupakan salah satu langkah juga dalam mengambil empati pelanggan.

3. Tindakan (*Action*)

Dalam hal tindakan (*action*) dalam perspektif etika bisnis Islam sama halnya dengan *responsiveness* (kesigapan). Kesigapan atau tindakan yang dilakukan oleh pelaku usaha kuliner di Desa Bebekan dilakukan dengan selalu menanyakan kebutuhan dan keinginan pelanggan, apabila terdapat pelanggan yang akan membeli produk hasil olahannya. Selain menanyakan hal tersebut, para pelaku usaha juga dengan sigap mengolah pesanan yang dipesan oleh para pelanggan dengan cepat dan tepat. Seperti yang dilakukan Bapak Purwanto dalam UMKMnya yang selalu menanyakan dan menyambut peanggannya “ monggo, mau pesan apa? Berapa? Pakek request nggak?” ujar Bapak Purwanto ketika ada pelanggan. Meskipun begitu, masih terdapat juga pelaku usaha yang kurang responsif apabila terdapat pelanggan, kurang responsif

ditunjukkan dengan acuh terhadap pelanggan yang datang dan tidak sigap dalam menerima dan mengelola pesanan dari pelanggan.

Informasi yang disampaikan pelaku usaha terhadap pelanggan masih terdapat kekurangan, informasi yang kurang tersebut berkaitan dengan informasi jam buka dan tutup pada tempat usaha, masih ditemukan tempat usaha yang belum terdapat tulisan tersebut. Seperti pada UMKM milik Bapak Sunar “ saya nggak kasih tulisan jam buka dan tutup arena untuk jam buka tutup UMKM ini fleksibel mas tergantung masih ada pelanggan atau tidak yang datang”. Jika terdapat masalah yang timbul semua UMKM kuliner di Desa Bebekan selalu menyelesaikan masalah tersebut dengan cara yang baik dan bertanggung jawab atas kesalahan yang terjadi. Baik itu masalah yang terjadi pada produk kuliner maupun masalah tentang etika pelayanan Islam.

4. Kemampuan (*Ability*)

Dalam hal kemampuan (*Ability*) dalam perspektif etika bisnis Islam sama halnya dengan *assurance* (jaminan). Penerapan kemampuan, kesopanan, dan pengetahuan yang dilakukan para pelaku UMKM kuliner di Desa Bebekan belum semuanya maksimal dalam menjalankannya, tetapi sebagian besar sdah menjalankan hal tersebut. Seperti UMKM milik

Bapak Purwanto yang mengeluarkan kemampuannya dalam meracik kuliner yang tidak membahayakan pada pelanggan. “ saya selalu menjaga citra rasa dan memperhatikan sesuai kemampuan saya dalam bidang kuliner soto dalam hal bahan-bahan yang saya gunakan tidak membahayakan bagi kesehatan semua pelanggan”. Tetapi, masih terdapat pelaku usaha yang menerapkan kemampuan dan pengetahuannya saja dalam menjalankan bisnis atau usaha yang dijalankan tanpa terlalu memikirkan aspek kesopanan terhadap semua hal, terutama dalam etika pelayanan.

Terdapat pelaku usaha yang menggunakan kemampuan dan pengetahuannya untuk mengelola kuliner yang dihasilkan saja tanpa memikirkan aspek lain yang dibutuhkan oleh para pelanggan. Jaminan mutu yang diterapkan oleh pelaku UMKM kuliner Desa Bebekan dirasa sudah cukup baik dari segi citra rasa kuliner yang dihasilkan tetapi, masih kurang terhadap mutu etika pelayanan Islam. Jaminan mutu pada UMKM kuliner di Desa Bebekan ditunjukkan dengan selalu memperhatikan produk kuliner yang dihasilkan dan selalu menggunakan bahan-bahan yang baik serta selalu menjaga agar produknya dihasilkan tidak basi.

Jika terdapat nasi yang dititipkan pada warung kopi sekitar sudah dianggap mau basi, maka para pelaku usaha

selalu mengganti dengan produk yang baru lagi, begitu juga berlaku kepada penjual krupuk dan kuliner lain yang dititipkan ditempat usaha orang lain.

5. Penampilan (*Appearance*)

Penampilan (*Appearance*) ditinjau dari perspektif etika bisnis Islam penampilan ini sama halnya dengan *tangible* (Bukti fisik). Penampilan yang baik dalam pelayanan prima yakni penampilan dari karyawan dan infrastruktur yang mendukung pelayanan. Dalam hal berpakaian yang dilakukan oleh pelaku usaha kuliner di Desa Bebekan, belum semua para pelaku usaha memperhatikan hal tersebut, terdapat juga pelaku usaha yang hanya memakai pakaian sehari-hari yang biasa dipakai dirumah untuk berdagang dan melakukan pelayanan kepada pelanggan, terdapat juga pelaku usaha yang memakai busana yang tidak menutup aurot, dan terdapat juga pelaku usaha yang kurang memperhatikan aspek kebersihan dan kerapian dalam berpakaian. Tetapi terdapat pula yang selalu memperhatikan aspek berpakaian dalam menjalankan usaha kulinernya.

Fasilitas penunjang yang diberikan pelaku usaha terhadap pelanggan dalam memberikan kenyamanan dan keamanan dalam daya saing usaha, kurang diperhatikan perawatannya, masih banyak ditemukan rombongan atau gerobak

jualannya yang kurang bersih dan rapi, masih kurangnya lahan parkir, kurang bersih dan rapi tempat usaha.

6. Tangung jawab (*Accountability*)

Dalam hal Tanggung jawab (*accountability*) perspektif etika bisnis Islam sama halnya dengan *reability* (kepercayaan, keadalaan). Nilai kepercayaan dan keandalan dalam UMKM kuliner di Desa Bebekan cukup bervariasi. dalam pelaksanaannya, terdapat pelaku UMKM kuliner yang selalu berhati-hati dalam bisnisnya dengan selalu menepati janji dan selalu menggunakan bahasa komunikasi kepada pelanggan dengan baik, sopan dan tidak bohong, seperti yang dikatakan oleh Ibu Naziha “Saya selalu memberikan potongan harga sebagai wujud janji saya apabila ada yang membeli produk saya dengan jumlah yang besar atau banyak”. tetapi juga terdapat pelaku usaha yang tidak menepati janji yang telah diucapkannya. Contoh janji atau ucapan yang tidak sesuai yakni dengan memberikan potongan harga dengan kata-kata *discount* dalam memperingati hari-hari tertentu tetapi dengan persyaratan yang rumit agar potongan harga tersebut tidak terjadi. Terdapat juga pelaku usaha yang masih belum sesuai dalam menimbang produk yang dihasilkan.

Belum semua pelaku UMKM kuliner di Desa Bebekan yang mendengarkan keluhan dan kebutuhan dari pelanggan.

Mayoritas pelaku UMKM kuliner menganggap bahwa usaha kuliner yang sedang dijalankan tidak terdapat kekurangan dan sudah dirasa cukup dari skala usaha mikro kecil, dan menengah pada segala aspek usaha. Hal tersebut biasanya terjadi karena tidak adanya intraksi langsung dari pelanggan kepada produsen, sehingga tidak adanya komunikasi antara pelaku UMKM dan pelanggan. hal ini terjadi pada UMKM kuliner penjual krupuk dan penjual nasi bungkus yang di titipkan di warung kopi sekitar. walaupun juga masih terdapat pelaku UMKM kuliner yang selalu menanyakan kebutuhan dan selalu mendengarkan serta meminta maaf atas keluhan yang terjadi pada pelanggan.

Dalam mengidentifikasi masalah yang timbul pada usaha kuliner di Desa Bebekan para pelaku usaha mengidentifikasi dengan cara, dan tindakan yang beragam, hal tersebut meliputi antara lain dengan menanyakan langsung kepada pelanggan apa yang kurang terhadap produk yang dijual atau produk yang ditawarkan, seperti UMKM milik Arinta Hana dari hasil wawancara kepada Arinta Hana brlisu mengatakan “ dalam mengidentifikasi masalah saya selalu menanyakan kritik dan saran atau kekurangan apa yang dirasakan oleh pelanggan supaya kita membenahinya.. Terdapat juga pelaku usaha yang mengidentifikasi masalah

yang timbul melalui penurunan omset pendapatannya. Terdapat pula mengidentifikasi masalah dengan rapat bersama dengan karyawan tentang situasi pelanggan.

Kritikan dan saran yang disampaikan oleh pelanggan terkadang tidak dilaksanakan dengan baik oleh para pelaku UMKM kuliner. Para pelaku usaha beranggapan bahwa langkah-langkah yang dijalankan merupakan langkah yang sudah benar dan tepat, termasuk dalam hal pelayanan dan hal-hal yang dapat menunjang pelayanan lainnya. Terdapat juga pelaku usaha yang memiliki modal yang tidak besar dalam merintis usahanya, sehingga tidak menghiraukan kritik dan saran dari pelanggan, karena dalam membangun dan mengimplementasikan etika pelayanan Islam dengan sempurna pada usahanya dibutuhkan modal tambahan dan pengetahuan mengenai etika pelayanan Islam yang baik dan benar.

4.2.1 Peran etika pelayanan Islam dalam meningkatkan daya saing UMKM kuliner Desa Bebekan

Penerapan etika bisnis Islam pada UMKM kuliner di Desa Bebekan belum seutuhnya dijalankan. Beberapa pelaku usaha kuliner masih menganggap bahwa dalam meningkatkan daya saing usaha hanya dengan modal besar dan citra rasa kuliner yang dihasilkan. Kurangnya ilmu dalam berbisnis dan rendahnya minat baca terhadap laporan penelitian dalam hal usaha dan bisnis merupakan faktor terbesar

para pelaku usaha tidak terlalu mengedepankan etika pelayanan Islam. Para pelaku usaha hanya melihat dan meniru adat kebiasaan tentang suatu etika pelayanan yang dianggap biasa dan bagus dalam suatu daerah tertentu.

Para pelanggan UMKM kuliner di Desa Bebekan lebih memilih menceritakan pengalaman tentang citrarasa yang dihasilkan UMKM dibandingkan kualitas etika pelayanan yang diterima. Promosi yang dilakukan UMKM kuliner Desa Bebekan masih terdapat dengan cara mulut ke mulut, dan hal tersebut merupakan hal yang berpengaruh besar terhadap minat pelanggan baru yang ada di Desa Bebekan. Penilaian etika pelayanan Islam dalam UMKM kuliner Bebekan hanya berpatokan kepada kebiasaan dan bahasa sehari-hari yang digunakan.

Masih terdapat 55% pelaku usaha yang mengerti pentingnya etika pelayanan Islam dalam meningkatkan daya saing usaha. Beberapa pelaku UMKM kuliner di Desa Bebekan mengaku terdapat perbedaan pendapatan atau omset yang dihasilkan dari hasil usaha kuliner yang dijalankan. Salah satu contohnya yakni Bapak Sunar yang berjualan UMKM kuliner dibidang bakso dan mie ayam, Bapak Sunar mengaku bahwa terdapat perbedaan omset yang signifikan dan terdapat pelanggan baru yang mulai tertarik terhadap UMKM kuliner milik Bapak Sunar. UMKM kuliner ini mulai membenahi kualitas etika pelayanan Islam setelah mendapat kritik dan saran dari para pelanggan.

Terdapat pula pelanggan yang ada di Desa Bebekan yang lebih memilih berbelanja atau membeli produk di UMKM kuliner yang kualitas etika pelayanannya Islamnya baik dibandingkan berbelanja pada UMKM kuliner yang kualitas pelayannya kurang. Para pelanggan yang seperti itu berani mengeluarkan uang yang agak mahal tetapi pelanggan mendapatkan kualitas pelayanan yang prima dan etika pelayanan Islam yang baik. Karena mereka menganggap selain kualitas produk yang dihasilkan baik para pelanggan juga memerlukan etika pelayanan Islam yang baik sebagai kepuasan diri yang diterima setelah melakukan pembelian kuliner.

Terdapat banyak contoh usaha kuliner yang ada di Desa Bebekan yang mengalami ketimpangan dalam hal penjualan atau omset yang didapatkan. UMKM kuliner yang sudah menerapkan etika pelayanan Islam dengan baik dan memberikan fasilitas penunjang pelayanan yang baik dan terawat lebih dipilih oleh pelanggan. Dari hasil observasi dan wawancara di kedua pelaku UMKM kuliner yang menjual produk yang sama tetapi dengan kualitas etika pelayanan Islam yang baik dan yang kurang baik diperoleh hasil bahwa para pelanggan lebih memilih membeli produk UMKM kuliner pada tempat yang memiliki etika pelayanan Islam yang baik dan benar. Hasil perbandingan omset pendapatan diantara kedua juga terlihat sangat signifikan.

4.3 Analisis Data

Dalam menganalisis data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi langsung kepada pelaku UMKM kuliner yang ada di Desa Bebekan Taman Sidoarjo. peneliti menganalisis dengan berlandaskan pendapat atau teori para ahli sesuai dengan pelayanan prima perspektif etika bisnis Islam. Dalam penelitian ini peneliti mengambil 10 sampel UMKM kuliner di Desa Bebekan secara acak yang dijadikan penelitian secara mendalam dan menganalisisnya serta dibisa dijadikan gambaran etika pelayanan Islam pada UMKM kuliner Desa Bebekan. Sebelum menentukan 10 sampel UMKM kuliner di Desa Bebekan, peneliti sudah melakukan wawancara dan observasi menyeluruh terhadap pelaku UMKM kuliner di Desa Bebekan Taman Sidoarjo. hasil atau jawaban dari informan mayoritas memiliki kesamaan dan memiliki tindakan etika pelayanan Islam yang sama. oleh karena itu, penulis mengambil acak 10 sampel usaha UMKM kuliner sebagai data primer dan sebagai gambaran etika pelayanan Islam pada UMKM kuliner di Desa Bebekan.

Dari 10 informan UMKM kuliner di Desa Bebekan dirasa cukup dalam penelitian ini, dikarenakan dari ke 10 informan ini sudah memenuhi kriteria tentang indikator penelitian ini mulai dari memiliki lapak atau kios usaha, memiliki karyawan, sampai dengan fasilitas penunjang pelayanan lainnya, dan peneliti memilih keempat informan ini karena usaha yang dijalankan dikategorikan besar di Desa Bebekan, serta

informan dirasa sangat objektif pada saat wawancara dan observasi. Hal ini sudah bisa menggambarkan bagaimana kualitas pelayanan UMKM kuliner di Desa Bebekan, serta Etika pelayanan Islam terhadap daya saing usaha.

Ke 10 UMKM kuliner tersebut meliputi: yang pertama yakni UMKM yang menjual Mie ayam dan Bakso yang berada di Jl. Bebekan Jalan Raya, Taman, Sidoarjo dan yang menjadi informan yakni Bapak Sunar selaku pemilik dan penjual UMKM kuliner tersebut. UMKM kuliner Kedua penjual gorengan. Lokasi usaha berada di Jl. Bebekan Masjid, Taman, Sidoarjo. dan yang menjadi informan yakni Karmi selaku pengelola dan pemilik. UMKM kuliner ke tiga yakni UMKM yang menjual nasi dengan berbagai lauk, lokasi tempat usahanya berada di Jl. Bebekan Tengah, Taman, Sidoarjo dan yang menjadi informan yakni Arinta Hana Fadilla selaku pengelola tempat usaha. UMKM kuliner yang keempat yakni UMKM yang menjual roti kering dan basah. tempat usaha berlokasi di jl. Bebekan Masjid, Taman, Sidoarjo. dan yang menjadi informan yakni Ibu Naziah selaku pengelola tempat usaha. UMKM kuliner yang kelima yakni UMKM yang menjual bubur suro. Tempat usahanya berlokasi di Jl. Bebekan Tengah Rt 16, Taman, Sidoarjo, dan yang menjadi informan yakni Bapak Yusman.

Yang keenam yakni UMKM dengan menjual nasi pecel. Tempat usaha berlokasi di Jl. Bebekan Tengah Rt 16, Taman, Sidoarjo. yang menjadi informan yakni Ibu Lilik. UMKM kuliner yang ke tuju yakni

penjual kue basah. Lokasi usaha berada di Jl. Bebekan Timur Rt 10, Taman, Sidoarjo. yang menjadi informan yakni Ibu Sukamtin. Yang ke delapan yakni UMKM yang menjual bubur ayam, lokasi usahanya berada di Jl. Bebekan Meduran Rt 21, Taman, Sidoarjo. yang menjadi informan yakni Ibu Maskinah. Yang ke sembilan yakni UMKM dengan menjual soto. Tempat usahanya berlokasi di Jl. Bebekan Meduran Rt 19, Taman, Sidoarjo. yang menjadi informan yakni Purwanto. Dan yang ke sepuluh yakni UMKM dengan menjual nasi bebek. Tempat usaha berlokasi pada Jl. Bebekan Selatan Rt 24, Taman, Sidoarjo. yang menjadi informan yakni ibu Eva.

4.3.1 Pelayanan Prima Perspektif Etika Bisnis Islam pada UMKM kuliner Desa Bebekan

Pelayanan prima perspektif etika bisnis Islam atau biasa disebut dengan etika pelayanan Islam merupakan suatu norma (aturan) atau kode etik yang harus dilakukan oleh pelaku usaha dalam menjalankan usaha yang sedang atau akan dilakukan. Di dalam etika pelayanan Islam berisi tentang etika berbusana, etika dalam merawat kepercayaan para pelanggan, etika dalam daya tanggap kepada pelanggan, etika memberikan jaminan, dan bertanggung jawab atas kesalahan, serta etika tentang empati. Etika pelayanan Islam dirasa sangat penting diterapkan dalam semua bisnis terutama dalam bisnis UMKM, serta penerapan etika pelayanan Islam juga dapat meningkatkan daya saing usaha.

Menurut Fauzia (2021) terdapat lima indikator yang harus diperhatikan dan dilaksanakan untuk memberikan pelayanan prima baik secara umum maupun secara Islam, serta dapat sebagai acuan dalam menilai pelayanan. Dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi yang dilakukan kepada pelaku usaha UMKM kuliner yang ada di Desa Bebekan Taman Sidoarjo yang berlandaskan pada pendapat Fauzia (2021) dan Barata (2003) serta perilaku yang dilakukan oleh Rasulullah waktu berdagang yang dikutip dari buku dari Hafidz (2019) tentang pelayanan prima perspektif etika bisnis Islam diperoleh hasil Analisis antara lain:

a. Sikap (Attitude)

Menurut Barata (2003) Sikap yang harus diperhatikan dalam melayani pelanggan yakni dengan berpenampilan sopan, sehat jasmani rohani, berkomunikasi dengan baik dan bersikap mengalah serta menghargai. Sikap yang diterapkan pada pelaku. Sikap yang dilakukan Bapak Sunar kepada pelanggan yakni sudah bagus dan sesuai dengan etika dan norma yang berlaku di Desa Bebekan mulai dari berpenampilan baik, bagus, sopan, dan bersih serta mengutamakan komunikasi yang baik dan sopan kepada pelanggan. Hal tersebut juga dijalankan oleh para karyawannya.

UMKM kuliner milik Ibu Naziah merupakan salah satu UMKM yang bergerak dibidang kuliner dengan menjual kue basah dan kering. Sikap pelayanan yang diberikan oleh Ibu Naziah dan

karyawan sudah lumayan baik, hal ini karena dalam melayani Ibu naziah selalu menggunakan pakean yang tertutup baik, bersih dan sopan, serta menggunakan bahasa komunikasi yang baik walaupun terkadang karyawannya kurang baik dalam berkomunikasi kepada pelanggan.

UMKM kuliner milik Ibu Karmi merupakan salah satu UMKM yang bergerak di bidang kuliner dengan berjualan gorengan. Sikap yang diterapkan kepada pelanggan sudah baik dimulai dari komunikasi yang baik dan sopan, tidak bohong dan menutupi kesalahannya berpakaian yang bagus, rapi, dan menutup aurat. Walaupun, terkadang terdapat pegawainya yang masih menggunakan bahasa sehari-hari yang dirasa oleh sebagian pelanggan kurang sopan dan kurang menghargai pembeli.

UMKM milik Arita Hana merupakan salah satu UMKM yang bergerak di bidang kuliner dengan menjual nasi dengan berbagai lauk. Sikap yang dilakukan Arinta Hana dan karyawan dirasa cukup baik. Hal ini dibuktikan dengan tata cara komunikasi yang baik yang bisa menggait empati para pelanggan. Walaupun, terkadang masih menggunakan bahasa sehari-hari kepada pelanggan yang sudah loyal. Busana yang dipakai juga sudah layak, bagus tetapi karyawannya terkadang tidak memakai krudung atau jilbab.

UMKM kuliner milik Bapak Yusman merupakan salah satu UMKM kuliner dengan menjual bubur suro. Etika yang diterapkan

Bapak Yunan dan karyawan dalam pelayanan sudah cukup baik. Hal ini dibuktikan dari pakean yang dipilih sudah bagus, rapi, menutup aurot dan sopan. Dalam komunikasi juga menggunakan bahasa yang baik dan sopan serta jujur.

UMKM nasi pecel milik Ibu lilik merupakan salah satu UMKM kuliner yang ada di Desa Bebekan. UMKM ini sudah menerapkan sikap yang baik kepada pelanggan. Mulai dari berkomunikasi dengan baik dan sopan serta jujur. Sikap menghargai pelanggan dengan memakai pakean yang bagus, bersih, sopan, dan menutup aurot. Hal tersebut juga biasa dilakukan para pegawainya.

UMKM kuliner dengan menjual kue basah dan kering milik Ibu Sukanti merupakan salah satu UMKM kuliner yang ada di Desa Bebekan. Sikap sopan dan menghargai kepada pelanggan sudah cukup baik dilakukan Ibu Sukanti dan karyawan. Mulai dari berkomunikasi yang baik walaupun terkadang memakai bahasa sehari-hari. Dan berbusana baik jika ditempat usaha tetapi masih kurang jika berjualan atau menerima pelanggan dirumah.

UMKM kuliner milik Ibu Maskinah yang berjualan bubur ayam merupakan salah satu contoh UMKM yang ada di Desa Bebekan. Sikap yang dilakukan Ibu Maskinah dalam melayani pelanggan sudah baik. Hal ini dibuktikan dengan sudah memberikan sikap menghargai pelanggan melalui mengrhati pelanggan, memakai

bahasa yang baik, dan berpakaian dengan baik juga serta tidak melakukan praktek berjualan yang dilarang oleh agama dan norma.

UMKM kuliner milik Bapak Purwanto merupakan salah satu UMKM kuliner yang ada di Desa Bebekan dengan berjualan soto. Sikap menghargai yang diterapkan oleh Bapak Purwanto dalam melayani sudah baik. Hal ini dibuktikan dengan sudah menggunakan bahasa yang baik dan sopan kepada semua pelanggannya dan menggunakan busana atau pakean yang baik dan sopan. Hal tersebut juga dilakukan oleh seluruh karyawannya dalam melayani pelanggan.

UMKM kuliner milik Ibu Eva merupakan salah satu UMKM kuliner yang ada di Desa Bebekan yang berjualan nasi bebek jingkrak. Pelayanan dalam hal sikap yang baik kepada pelanggan sudah diterapkan Ibu Eva. Hal ini ditunjukkan dengan berkomunikasi dengan bahasa yang baik sopan walaupun terkadang karyawannya masih terdapat yang berlogat atau bernada agak kasar bila berkomunikasi. Hal lainnya yakni sudah menggunakan pakean yang bersih, sopan, dan baik.

b. Perhatian (Attention)

Perhatian kepada pelanggan dalam perspektif etika bisnis Islam sama halnya dengan *Empathy*. Hal tersebut merupakan ikatan emosional antara pembeli dan penjual melalui pelayanan prima yang diberikan, hal tersebut dapat mempermudah penjual dalam berkomunikasi terhadap pembeli. Menurut Tjiptono (2006) empati

merupakan salah satu cara kemudahan dalam melakukan hubungan dengan pelanggan berupa, komunikasi yang baik, memahami kebutuhan para pelanggan, dan perhatian pribadi kepada pelanggan. Menurut Lupiyoadi (2001) empati adalah memberikan perhatian yang tulus dan bersifat pribadi atau individual yang diberikan perusahaan dengan berupaya memahami keinginan dan kebutuhan para pelanggan.

Sikap seorang mukmin kepada mukmin lainnya seperti sebuah bangunan yang saling menguatkan, prinsip tersebut digunakan dalam sebuah pelayan Islam. Dimana hal tersebut diartikan sebagai seorang mukmin sudah sewajarnya kita memerlukan orang lain, jadi bagaimana sikap yang harus dilakukan agar orang lain tidak merasa terganggu atau dirugikan. Dan jika manusia memerlukan bantuan maka ada manusia lain lain yang dengan senang hati membantu.

UMKM kuliner Desa Bebekan sudah banyak yang menerapkan empati kepada para pelanggannya, hal ini dibuktikan dengan banyak pelaku UMKM kuliner yang menggunakan bahasa yang bagus dan sopan dalam menjalankan bisnisnya meskipun, belum semua UMKM kuliner menggunakan bahasa yang bagus dan sopan dalam pelayanan. Pelaku usaha menganggap bahasa sehari-hari yang di gunakan sudah termasuk sopan, padahal sebagian orang

menganggap bahasa itu masih kurang sopan, kurang baik di intonasi nada maupun pemilihan katanya.

UMKM kuliner bakso dan mie ayam milik Bapak Sunar hampir seluruhnya sudah menerapkan indikator pelayanan dalam hal empati. Bahasa yang bagus dan sopan dalam berkomunikasi menurut Rosulullah dikutip dalam buku Hafidz (2019) meliputi: jangan berbohong atau dusta, melihat wajah lawan bicara, tidak memalingkan wajah, antusias dalam berkomunikasi, menghindari pembicaraan yang membicarakan orang lain, berusaha agar tidak terjadi perdebatan, menyapa dengan ramah, memberikan jawaban yang baik atas kritik dan saran dari pelanggan. Indikator tersebut sudah dibuktikan oleh UMKM kuliner milik Bapak Sunar.

Hal pelayanan ini dibuktikan dengan sudah menggunakan bahasa yang bagus dan sopan kepada pelanggannya, dan selalu menerapkan kesopanan dalam berbahasa dan bersikap. Pemilihan kata yang tepat dan sopan juga sudah dilakukan oleh Bapak Sunar beserta karyawan untuk menunjang pelayanan yang prima. Menurut Muh dan Nur (2021) Pelayanan prima dalam hal empati adalah pelayanan yang terbaik yang diberikan perusahaan dalam memenuhi harapan, keinginan, dan kebutuhan pelanggan. UMKM kuliner milik Bapak Sunar ini juga sudah pernah mendapatkan kritik dan saran dari pelanggan tetapi, Bapak Sunar dan para karyawannya selalu mendengarkan dengan baik kritik dan saran yang dilakukan

pelanggan dan tidak memotong pembicaraan pelanggan pada saat menyampaikan kritik dan saran. Setiap kali ada pelanggan yang membeli produk kuliner yang di tawarkan, Bapak Sunar dan karyawan selalu menyapa dan menyuruh duduk para pelanggan sambil menunggu pesanan siap disajikan. Dan menanyakan kepada beberapa pelanggan hal apa yang diinginkan dan dibutuhkan dalam UMKM kuliner milik Bapak Sunar.

Begitu juga dalam UMKM kuliner roti kering dan basah milik Ibu Naziah. Bahasa yang bagus dan sopan dalam berkomunikasi menurut Rosulullah dikutip dalam buku Hafidz (2019) meliputi: jangan berbohong atau dusta, melihat wajah lawan bicara, tidak memalingkan wajah, antusias dalam berkomunikasi, menghindari pembicaraan yang membicarakan orang lain, berusaha agar tidak terjadi perdebatan, menyapa dengan ramah, memberikan jawaban yang baik atas kritik dan saran dari pelanggan. Dalam pelayanan Ibu Naziah dan karyawan sudah melakukan komunikasi yang baik terhadap pelanggan hal ini dibuktikan dengan Ibu Naziah dan karyawan selalu menghindari perdebatan kepada pelanggan dan selalu mencari jalan tengah dalam menentukan keputusan dari kritik dan saran yang diterima. Dalam berkomunikasi Ibu Naziah dan Karyawan juga selalu melihat wajah lawan bicaranya tanpa memalingkan wajahnya.

Ibu Naziah dan karyawan juga selalu menyapa para pelanggannya dan menanyakan apa keperluannya dan Ibu Naziah tidak pernah berbohong atau dusta dalam menjalankan usahanya. Usaha roti milik Ibu Naziah sudah pernah mendapatkan kritikan dan saran dari pelanggan, tetapi Ibu Naziah menerima dengan seksama dan membenahi apa yang menjadi kekurangan pada usahanya. Pada saat pelanggan memberikan kritik dan saran kepada Ibu Naziah terhadap produk dan pelayanan yang diberikan, Ibu Naziah selalu mendengarkan dengan seksama tanpa memotong omongan dari para. Ibu Naziah dan karyawan telah memberikan jawaban yang baik kepada pelanggan terhadap kritik dan saran yang diterimanya maupun pada saat melakukan pelayanan.

Menurut Tjiptono (2006) empati merupakan salah satu cara kemudahan dalam melakukan hubungan dengan pelanggan berupa, komunikasi yang baik, memahami kebutuhan para pelanggan, dan perhatian pribadi kepada pelanggan. UMKM kuliner milik Ibu Naziah dalam berkomunikasi terkadang intonasi suaranya kurang keras. Sedangkan karyawannya sudah cukup baik dalam komunikasi kepada pelanggan. Dan Ibu Naziah kurang mengerti kebutuhan dan keinginan pelanggan dalam hal pelayanan prima. Ibu Naziah kurang mengerti permintaan pelanggan dalam inovasi produk.

Penjual dan produsen gorengan merupakan salah satu UMKM kuliner yang ada di Desa Bebekan yang dijadikan sampel

pada penelitian ini. Salah satu pelaku usaha kuliner tersebut bernama Ibu Karmi. Menurut Barata (2003) pelayanan prima dalam hal empati adalah kepedulian terhadap pelanggan dengan memberikan pelayanan terbaik, memberikan kemudahan dalam pemenuhan kebutuhan, dan mewujudkan kepuasan pelanggan. Dalam hal pelayanan tentang *empati* Ibu Karmi dan Karyawan telah melakukan komunikasi dan rasa empati kepada pelanggan dengan baik meskipun terkadang karyawan menggunakan bahasa sehari-hari. tetapi kata-kata yang disampaikan masih dalam batas kesopanan dalam komunikasi.

Bahasa yang bagus dan sopan dalam berkomunikasi menurut Rosulullah dikutip dalam buku Hafidz (2019) meliputi: jangan berbohong atau dusta, melihat wajah lawan bicara, tidak memalingkan wajah, antusias dalam berkomunikasi, menghindari pembicaraan yang membicarakan orang lain, berusaha agar tidak terjadi perdebatan, menyapa dengan ramah, memberikan jawaban yang baik atas kritik dan saran dari pelanggan. Komunikasi yang diterapkan kepada usaha UMKM kuliner milik Ibu Karmi berupa tidak memotong pembicaraan kepada pelanggan, selalu menatap wajah lawan bicaranya, dan tidak pernah melakukan perdebatan dalam komunikasi.

Ibu Karmi dan karyawan selalu menyapa pelanggan dengan ramah dan penuh senyuman dan dengan nada yang rendah. Jika

terdapat pertanyaan dari pelanggan Ibu karmi dan karyawan selalu menjawab pertanyaan dengan jujur, baik, jelas dan sopan. Dalam memahami kebutuhan pelanggan Ibu karmi sering menanyakan hal tersebut kepada pelanggan, hal tersebut agar pelanggan merasa puas dan menambah keberagaman produk yang dijualnya.

Sampel UMKM kuliner lain yang ada di Desa Bebekan yakni UMKM kuliner dengan menjual nasi dengan berbagai lauk. Kuliner ini juga merupakan cabang usaha kuliner yang banyak pelaku usahanya di Desa Bebekan. Salah satu pemilik warung nasi yakni Arinta Hana. Bahasa yang bagus dan sopan dalam berkomunikasi menurut Rosulullah dikutip dalam buku Hafidz (2019) meliputi: jangan berbohong atau dusta, melihat wajah lawan bicara, tidak memalingkan wajah, antusias dalam berkomunikasi, menghindari pembicaraan yang membicarakan orang lain, berusaha agar tidak terjadi perdebatan, menyapa dengan ramah, memberikan jawaban yang baik atas kritik dan saran dari pelanggan. Etika pelayanan dalam hal *Empathy* yang dilakukan oleh UMKM kuliner dengan melakukan komunikasi kepada pelanggan dengan baik, sopan, dan jelas. Komunikasi tersebut juga dilakukan oleh para karyawannya.

Dalam komunikasi kepada pelanggan Arinta Hana dan Karyawan selalu menatap mata atau wajah lawan bicaranya, tidak memotong pembicaraan, menghindari perdebatan, dan tidak

berbohong atau dusta. Dalam menyambut pelanggan yang akan membeli produknya UMKM kuliner Arinta Hana dan karyawan selalu menyambut dengan sapaan dan senyuman. Menurut Tjiptono (2006) empati merupakan salah satu cara kemudahan dalam melakukan hubungan dengan pelanggan berupa, komunikasi yang baik, memahami kebutuhan para pelanggan, dan perhatian pribadi kepada pelanggan. Untuk mengetahui kebutuhan pelanggan Arinta Hana dan karyawan selalu menawarkan serta menanyakan kebutuhan atau keperluan yang diharapkan dan diperlukan serta yang diinginkan oleh pelanggan.

Jika terdapat kritik dan saran mengenai usahanya, Arinta Hana dan karyawan selalu mendengarkan dan mencoba untuk mencari jalan tengah dari kritik dan saran yang disampaikan pelanggan. UMKM kuliner ini selalu menanyakan kepada pelanggannya terkait kebutuhan dan keinginan pelanggan. Serta, selalu mengevaluasi dari hasil pendapatan perhari sebagai bahan pertimbangan dan pembenahan dalam berusaha.

UMKM penjual bubur suro milik Bapak Yusman merupakan sampel pada penelitian ini selanjutnya. Bahasa yang bagus dan sopan dalam berkomunikasi menurut Rosulullah dikutip dalam buku Hafidz (2019) meliputi: jangan berbohong atau dusta, melihat wajah lawan bicara, tidak memalingkan wajah lawan bicara, antusias dalam berkomunikasi, menghindari pembicaraan

yang membicarakan orang lain, berusaha agar tidak terjadi perdebatan, menyapa dengan ramah, memberikan jawaban yang baik atas kritik dan saran dari pelanggan. pelayanan yang diberikan Bapak Yusman dan karyawan dalam usahanya yakni dengan memakai bahasa yang baik, bagus, dan sopan kepada pelanggan. Apabila terdapat pelanggan yang memerlukan bantuan maka Bapak Yusman dan karyawan selalu sigap dalam memberikan bantuan tersebut, walaupun terkadang masih belum maksimal jika terdapat pelanggan yang berjumlah banyak.

Dalam melakukan komunikasi kepada pelanggan, Bapak Yusman selalu melihat wajah lawan bicaranya, tidak pernah memotong omongan, dan selalu mendengarkan apa yang diminta oleh para pelanggannya dengan saksama. Serta, bila terdapat kesalahan Bapak Yusman dan karyawan sebisa mungkin menghindari perdebatan dan mencari jalan tengah untuk menyelesaikan permasalahan tersebut. Menurut Barata (2003) pelayanan prima dalam hal empati adalah kepedulian terhadap pelanggan dengan memberikan pelayanan terbaik, memberikan kemudahan dalam pemenuhan kebutuhan, dan mewujudkan kepuasan pelanggan. Dalam memberikan kemudahan bapak Yusman dan karyawan selalu menawarkan trobosan terbaru terkait pemesanan produk kuliner yang dijual hanya dengan menggunakan aplikasi ojek *online* tanpa perlu datang ke tempat usahanya langsung.

UMKM kuliner yang menjual nasi pecel milik Ibu Lilik merupakan sampel selanjutnya dalam penelitian ini. Hafidz (2019) meliputi: jangan berbohong atau dusta, melihat wajah lawan bicara, tidak memalingkan wajah lawan bicara, antusias dalam berkomunikasi, menghindari pembicaraan yang membicarakan orang lain, berusaha agar tidak terjadi perdebatan, menyapa dengan ramah, memberikan jawaban yang baik atas kritik dan saran dari pelanggan. Pelayanan yang digunakan Ibu Lilik dalam hal empati kepada pelanggan yakni dengan tidak melakukan perilaku berbohong dalam melayani pelanggan. Selalu menyambut dan menanyakan kepada pelanggan hal apa yang diinginkan dan diperlukan oleh para pelanggan dengan baik dan sopan serta tidak memalingkan wajah saat melakukan komunikasi kepada pelanggan.

Jika terdapat masalah yang timbul dalam usaha, Ibu Lilik dan karyawan sebisa mungkin untuk tidak melakukan perdebatan, melainkan memilih dengan jalur tengah atau diselesaikan dengan cara yang baik. Menurut Barata (2003) pelayanan prima dalam hal empati adalah kepedulian terhadap pelanggan dengan memberikan pelayanan terbaik, memberikan kemudahan dalam pemenuhan kebutuhan, dan mewujudkan kepuasan pelanggan. pemenuhan kebutuhan pelanggan yang dilakukan Ibu Lilik yakni dengan menanyakan kepada pelanggan tentang kritik dan saran mengenai

usahanya, hal tersebut dilakukan sebagai hal pertimbangan untuk melakukan inovasi dan pembenahan pada usaha yang dijalankan.

UMKM kuliner dengan menjual kue basah milik Ibu Sukamti merupakan sampel selanjutnya dalam penelitian ini. Bahasa yang bagus dan sopan dalam berkomunikasi menurut Rosulullah dikutip dalam buku Hafidz (2019) meliputi: jangan berbohong atau dusta, melihat wajah lawan bicara, tidak memalingkan wajah lawan bicara. Antusias dalam berkomunikasi, menghindari pembicaraan yang membicarakan orang lain, berusaha agar tidak terjadi perdebatan, menyapa dengan ramah, memberikan jawaban yang baik atas kritik dan saran dari pelanggan. Dalam melayani para pelanggan Ibu Sukamti dan Karyawan selalu menyambut dan menanyakan kepada pelanggan apa yang diperlukan dan diinginkan para pelanggan. Dalam menyampaikan informasi dan menjawab pertanyaan pelanggan, Ibu Sukamti dan karyawan selalu menggunakan bahasa yang baik dan sopan meskipun, terkadang memakai bahasa yang digunakan sehari-hari yang dirasa kurang sopan.

Jika terdapat sebuah masalah pada usahanya, langkah yang dilakukan Ibu Sukamti yakni dengan melakukan komunikasi yang baik kepada pelanggan dengan menghindari perdebatan dan melihat wajah lawan bicara serta mendengarkan hal yang disampaikan pelanggan dengan seksama. Kejujuran dalam berkomunikasi kepada pelanggan merupakan hal yang selalu dipegang Ibu Sukamti dalam

berusaha. Menurut Barata (2003) pelayanan prima dalam hal empati adalah kepedulian terhadap pelanggan dengan memberikan pelayanan terbaik, memberikan kemudahan dalam pemenuhan kebutuhan, dan mewujudkan kepuasan pelanggan. Dalam mewujudkan kepuasan pelanggan Ibu Sukamti dan karyawan selalu bertanya kepada para pelanggan yang loyal tentang apa kekurangan dari usahanya, baik dari citra rasa maupun pelayanan.

Pelayanan UMKM kuliner dengan menjual bubur ayam milik Ibu Maskinah. Bahasa yang bagus dan sopan dalam berkomunikasi menurut Rosulullah dikutip dalam buku Hafidz (2019) meliputi: jangan berbohong atau dusta, melihat wajah lawan bicara, tidak memalingkan wajah lawan bicara. Antusias dalam berkomunikasi, menghindari pembicaraan yang membicarakan orang lain, berusaha agar tidak terjadi perdebatan, menyapa dengan ramah, memberikan jawaban yang baik atas kritik dan saran dari pelanggan. Dalam berkomunikasi kepada pelanggan Ibu Maskinah selalu jujur dan menggunakan bahasa yang baik, bagus, dan sopan, walaupun terkadang masih menggunakan bahasa sehari-hari yang dianggap sebagian pelanggan masih kurang sopan. Jika terdapat pelanggan yang memesan produk kuliner yang ditawarkan Ibu Maskinah dan karyawan selalu menjawab dan menawarkan dan menanyakan balik kepada pelanggan tentang hal apayang dibutuhkan dan diinginkan pelanggan.

Menghindari perdebatan merupakan salah satu cara yang dilakukan Ibu Maskinah dalam memecah permasalahan kepada pelanggan. Komunikasi dengan melihat wajah lawan bicaranya merupakan hal yang biasa yang dilakukan Ibu Maskinah dan karyawan dalam berkomunikasi. Menurut Barata (2003) pelayanan prima dalam hal empati adalah kepedulian terhadap pelanggan dengan memberikan pelayanan terbaik, memberikan kemudahan dalam pemenuhan kebutuhan, dan mewujudkan kepuasan pelanggan. Dalam mewujudkan kepuasan pelanggan Ibu Maskinah selalu mempertahankan citra rasa produk kuliner yang dihasilkan dan selalu menampung semua kritik dan saran dari pelanggan.

UMKM kuliner dengan menjual soto milik Bapak purwanto merupakan salah satu sampel selanjutnya dalam penelitian ini. Bahasa yang bagus dan sopan dalam berkomunikasi menurut Rosulullah dikutip dalam buku Hafidz (2019) meliputi: jangan berbohong atau dusta, melihat wajah lawan bicara, tidak memalingkan wajah lawan bicara. Antusias dalam berkomunikasi, menghindari pembicaraan yang membicarakan orang lain, berusaha agar tidak terjadi perdebatan, menyapa dengan ramah, memberikan jawaban yang baik atas kritik dan saran dari pelanggan. Dalam berkomunikasi Bapak purwanto menggunakan bahasa yang baik dan bagus tetapi terkadang juga memakai bahasa sehari-hari yang dianggap sebagian pelanggan masih kurang sopan. Dalam melakukan

komunikasi Bapak Purwanto dan karyawan selalu jujur menjawab pertanyaan dari para pelanggan dan tidak memalingkan wajah jika diajak berkomunikasi.

Jika terdapat pelanggan yang datang di tempat usahanya, Bapak Purwanto dan Karyawan selalu menyambut dengan sapaan dan senyuman serta menanyakan keperluan dan keinginan dari pelanggan tersebut dengan jelas. Jika terjadi kesalahan Bapak Purwanto menyelesaikan dengan cara yang baik-baik tidak dengan melakukan perdebatan. Menurut Barata (2003) pelayanan prima dalam hal empati adalah kepedulian terhadap pelanggan dengan memberikan pelayanan terbaik, memberikan kemudahan dalam pemenuhan kebutuhan, dan mewujudkan kepuasan pelanggan. Dalam mewujudkan keinginan dari para pelanggan Bapak Purwanto menyediakan menu favorit dari para pelanggannya dan selalu menerima kritik dan saran dari para pelanggan.

UMKM dengan menjual nasi bebek milik Ibu Eva merupakan sampel selanjutnya. Bahasa yang bagus dan sopan dalam berkomunikasi menurut Rosulullah dikutip dalam buku Hafidz (2019) meliputi: jangan berbohong atau dusta, melihat wajah lawan bicara, tidak memalingkan wajah lawan bicara. Antusias dalam berkomunikasi, menghindari pembicaraan yang membicarakan orang lain, berusaha agar tidak terjadi perdebatan, menyapa dengan ramah, memberikan jawaban yang baik atas kritik dan saran dari pelanggan.

Dalam mencari empati kepada pelanggan, hal yang dilakukan Ibu Eva yakni selalu menyapa pelanggan dengan ramah dan berkomunikasi dengan pelanggan dengan menggunakan bahasa yang baik dan sopan tetapi terkadang juga menggunakan bahasa sehari-hari kepada pelanggan yang sudah loyal kepada usaha Ibu Eva.

Dalam berkomunikasi Ibu Eva selalu berkata jujur kepada para pelanggannya dan menjauhi perdebatan jika terdapat masalah yang timbul. Menurut Barata (2003) pelayanan prima dalam hal empati adalah kepedulian terhadap pelanggan dengan memberikan pelayanan terbaik, memberikan kemudahan dalam pemenuhan kebutuhan, dan mewujudkan kepuasan pelanggan. Dalam mewujudkan kepuasan pelanggan dan kepedulian pelanggan Ibu Eva selalu menerima dengan baik kritik dan saran dari para pelanggan dan melakukan pembenahan hal yang dianggap kurang dari usaha yang dijalankan.

c. Tindakan (Action)

Tindakan dalam perspektif etika bisnis Islam sama halnya dengan *responsiveness* (daya tanggap). Hal tersebut merupakan suatu kemampuan dalam memberikan layanan yang tanggap dan cepat. Karena keterlambatan layanan akan membuat pembeli berubah pikiran dalam melakukan keputusan. Menurut Lupiyoadi (2001) *responsiveness* merupakan suatu kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada

para pelanggan, dan dengan penyampaian informasi kepada pelanggan dengan jelas. Ketika karyawan sadar atas kewajiban dalam melayani pelanggan, maka sudah seharusnya karyawan dengan sigap dan tanggap segera memenuhi kebutuhan pelanggan dan mengerjakan tugas selanjutnya bila dirasa tugas yang pertama sudah selesai, hal tersebut sesuai dengan firman Allah QS. Al-Insyirah:7.

UMKM kuliner bakso dan mie ayam milik Bapak Sunar merupakan salah satu sampel UMKM kuliner yang ada di Desa Bebekan. Menurut Tjiptono (2006) *responsiveness* merupakan keinginan para karyawan untuk membantu pelanggan dalam memberikan pelayanan dengan tanggap. Daya tanggap dapat diartikan sebagai respon atau kesiapan pelayanan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat, dan tepat. Dalam menjalankan indikator *resosiveness* UMKM kuliner milik Bapak Sunar dibuktikan dengan sudah sigap dan tanggap dalam melayani pelanggan, hal ini dibuktikan ketika pelanggan memerlukan bantuan, para karyawan atau pengelola selalu sigap membantu.

Kesiapan pelayanan lain dibuktikan dengan setelah pelanggan memilih tempat duduk para karyawan langsung secara cepat menawarkan makanan dan minuman yang akan dipesan oleh pelanggan. Begitu pula jika pelanggan sudah selesai makan para karyawan dengan sigap membereskan dan membersihkan alat-alat

makan yang ada di meja tersebut dengan cepat, tepat, bersih, dan baik. Barata (2003) berpendapat bahwa adapun bentuk-bentuk pelayanan prima dalam responsiveness yang baik adalah pelayanan yang dilakukan kepada pelanggan dengan keramahan, kecepatan, ketepatan dan kenyamanan. Pelayanan yang diberikan Bapak Sunar dan karyawan Jika terdapat kritik atau komplain dari pelanggan terkait pelayanan maka pemilik dan karyawan segera tanggap memperbaiki hal tersebut dan pada saat itu juga, serta tidak mengulangi perbuatan salah atau kurang tepat dimata para pelanggan.

Keramahan yang dilakukan sudah baik hal ini dibuktikan bila terdapat pelanggan membutuhkan bantuan maka menyambut dan berkomunikasi dengan ramah kepada pelanggan. hal ini bermaksud supaya para pelanggan menjadi loyal dan memberikan dan menyebarkan penilaian terbaik melalui mulut ke mulut maupun lewat sosial media para pelanggan. Hal tersebut bisa menambah kepercayaan pelanggan dan menambah pelanggan baru juga. Dalam mengidentifikasi keperluan pelanggan, UMKM kuliner milik Bapak Sunar melakukan identifikasi masalah dengan cara menanyakan langsung kepada beberapa pelanggan terkait keperluan apa yang dibutuhkan dalam menunjang pelayanan

Sampel UMKM kuliner Desa Bebekan selanjutnya yakni UMKM kuliner dengan menjual kue kering dan basah yang dimiliki Ibu Naziah. Penerapan indikator responsiveness dalam pelayanan

pada UMKM kuliner milik Ibu Naziah Dibuktikan dengan, penggunaan kata dan bahasa yang cukup baik dalam hal pelayanan. Tetapi, Ibu Naziah beserta karyawan belum optimal terkait responsiveness dalam pelayanan karena belum mengerti permintaan dan keinginan pelanggan terkait UMKM kuliner kue basah dan kering. Ibu Naziah dan karyawan juga belum terlalu mengerti pentingnya pelayanan prima kepada pelanggan. Serta belum tanggap mengenai pelayanan prima yang diberikan.

Dalam pelayanan tentang responsiveness Menurut Tjiptono (2006) responsiveness merupakan keinginan para karyawan untuk membantu pelanggan dalam memberikan pelayanan dengan tanggap. Daya tanggap dapat diartikan sebagai respon atau kesigapan pelayanan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat, tepat. Barata (2003) berpendapat bahwa adapun bentuk-bentuk pelayanan prima dalam responsiveness yang baik adalah pelayanan yang dilakukan kepada pelanggan dengan keramahan, kecepatan, ketepatan dan kenyamanan.

Selain penjual bakso dan kue basah serta kering di Desa Bebekan juga banyak terdapat penjual gorengan. Salah satu penjual UMKM kuliner gorengan yakni Ibu Karmi. Menurut Tjiptono (2006) responsiveness merupakan keinginan para karyawan untuk membantu pelanggan dalam memberikan pelayanan dengan tanggap. Daya tanggap dapat diartikan sebagai respon atau kesigapan

pelayanan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat, tepat. Pelayanan yang diberikan Ibu karmi dalam hal responsiveness dirasa belum maksimal, hal ini bisa dilihat apabila terdapat pelanggan yang ingin membeli berbagai macam produknya terkadang produk tersebut belum tersedia dan harus menunggu dalam waktu yang lumayan lama, hal tersebut dikarenakan fasilitas kompor yang di miliki Ibu Karmi masih kurang memadai. Tetapi jika terdapat pelanggan yang membeli produknya Ibu Karmi sudah melakukan dengan cepat dan tanggap.

Barata (2003) berpendapat bahwa adapun bentuk-bentuk pelayanan prima dalam responsiveness yang baik adalah pelayanan yang dilakukan kepada pelanggan dengan keramahan, kecepatan, ketepatan dan kenyamanan. Informasi yang diberikan Ibu karmi dirasa sudah jelas dan sopan, hal ini dibuktikan bahwa banyak para pelanggan yang merasa nyaman dan nyambung jika melakukan komunikasi kepada Ibu Karmi dan karyawan. Barata (2003) berpendapat bahwa adapun bentuk-bentuk pelayanan prima yang baik adalah pelayanan yang dilakukan kepada pelanggan dengan keramahan, kecepatan, ketepatan dan kenyamanan,

Terkadang Ibu Karmi juga menanyakan kepada pelanggan hal apa yang diperlukan pelanggan dalam hal produksi dan pelayanan hal ini sebagai pendekatan kepada pelanggan agar pelanggan merasa diperhatikan dan didengar apa yang mereka

inginkan. Tetapi Ibu Karmi masih belum konsisten dalam jam buka dan tutup tokonya serta tidak adanya tulisan pada tokonya terkait informasi jam buka dan tutup tokonya. Masalah yang timbul dalam usaha Ibu Karmi yakni kurangnya fasilitas tempat duduk untuk pelanggan dan tersebut juga masih belum diselesaikan oleh Ibu Karmi dan karyawan.

Sampel selanjutnya yakni UMKM kuliner yang menyajikan nasi dengan berbagai lauk, UMKM ini juga merupakan salah satu usaha kuliner yang banyak diminati oleh masyarakat Desa Bebekan. Salah satu usaha warung nasi tersebut yakni warung nasi Arinta Hana. Menurut Tjiptono (2006) *responsiveness* merupakan keinginan para karyawan untuk membantu pelanggan dalam memberikan pelayanan dengan tanggap. Daya tanggap dapat diartikan sebagai respon atau kesiapan pelayanan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat, tepat. Etika pelayanan tentang *responsiveness* yang dilakukan oleh UMKM kuliner ini berupa tanggap dalam melayani para pelanggan, tidak hanya tanggap tetapi juga tepat dan cepat dalam pelayanan.

Barata (2003) berpendapat bahwa adapun bentuk-bentuk pelayanan prima dalam *responsiveness* yang baik adalah pelayanan yang dilakukan kepada pelanggan dengan keramahan, kecepatan, ketepatan dan kenyamanan. Hal tersebut dibuktikan Arinta Hana dan karyawan dengan apabila terdapat pelanggan yang memesan produk

kulinernya Arinta Hana dan karyawan dengan sigap untuk melayani sesuai dengan keinginan dan permintaan pelanggan. Dalam menyampaikan informasi terkait jam buka dan tutup toko UMKM kuliner Arinta Hana sudah dilakukan dengan sopan dan terdapat tulisan yang jelas pada tempat UMKM kulinernya.

Dalam mengidentifikasi keinginan pelanggan, UMKM kuliner ini selalu menanyakan kepada pelanggan apa yang dibutuhkan dan dirasa kurang dari produk yang dihasilkan UMKM kuliner Arinta Hana. dan terkadang ada juga pelanggan yang menyampaikan kebutuhan dan keinginannya kepada Arinta Hana dan karyawan. Jika terjadi masalah baik dalam produk yang dihasilkan maupun pelayanan UMKM kuliner ini selalu bertanggung jawab dan membenahi masalah tersebut dengan cepat dan tepat, serta melakukan komunikasi yang baik kepada pelanggan terkait masalah yang timbul dan mencari penyelesaiannya.

UMKM kuliner menjual bubur suro milik Bapak Yusman merupakan sampel selanjutnya. Menurut Tjiptono (2006) responsiveness merupakan keinginan para karyawan untuk membantu pelanggan dalam memberikan pelayanan dengan tanggap. Daya tanggap dapat diartikan sebagai respon atau kesigapan pelayanan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat, tepat. Dalam melayani pelanggan Bapak Yusman dan karyawan selalu responsive terhadap pelanggan yang akan membeli

produk kulinernya. Dalam melayani Bapak Yusman dan karyawan juga bisa dibidang cepat dan tepat, walaupun jika terjadi pelanggan banyak Bapak Yusman dan Karyawan belum bisa memberikan pelayanan yang maksimal dan menyeluruh. Kesigapan dalam pelayanan juga ditunjukkan dengan apabila terdapat pelanggan maka Bapak Yusman atau karyawan dengan sigap menanyakan keperluan dan keinginan kepada pelanggan.

Barata (2003) berpendapat bahwa adapun bentuk-bentuk pelayanan prima dalam responsiveness yang baik adalah pelayanan yang dilakukan kepada pelanggan dengan keramahan, kecepatan, ketepatan dan kenyamanan. Dalam memberikan pelayanan bapak Yusman dan karyawan selalu memberikan ketepatan dan keramahan hal ini dibuktikan dengan apabila ada pelanggan bapak Yusman dan karyawan selalu menyapa dan menanyakan dengan ramah dan cepat. Hal ini bertujuan agar pelanggan merasa nyaman dan loyal terhadap usaha yang dijalankan.

UMKM nasi pecel milik Ibu lilik merupakan sampel selanjutnya dalam penelitian ini. Menurut Tjiptono (2006) responsiveness merupakan keinginan para karyawan untuk membantu pelanggan dalam memberikan pelayanan dengan tanggap. Daya tanggap dapat diartikan sebagai respon atau kesigapan pelayanan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat, tepat. Pelayanan yang diberikan Ibu Lilik dan Karyawan

sudah memberikan pelayanan tepat dan cepat. Hal tersebut dibuktikan dengan apabila terdapat pelanggan maka Ibu Lilik selalu sigap menanyakan keperluan dan keinginan para pelanggan. Ibu Lilik dan karyawan selalu memberikan kecepatan dan ketepatan waktu dalam usahanya.

Barata (2003) berpendapat bahwa adapun bentuk-bentuk pelayanan prima dalam *responsiveness* yang baik adalah pelayanan yang dilakukan kepada pelanggan dengan keramahan, kecepatan, ketepatan dan kenyamanan. Keramahan yang diberikan Ibu Lilik dan Karyawan yakni dengan selalu berkata baik dalam memberikan jasa kepada pelanggan. Ketepatan dan kenyamanan dilakukan dengan selalu memberikan pesanan pelanggan sesuai yang dipesan dengan waktu yang tepat tanpa kesalahan.

UMKM kuliner dengan menjual kue basah milik Ibu Sukanti merupakan sampel selanjutnya. Menurut Tjiptono (2006) *responsiveness* merupakan keinginan para karyawan untuk membantu pelanggan dalam memberikan pelayanan dengan tanggap. Daya tanggap dapat diartikan sebagai respon atau kesigapan pelayanan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat, tepat. Pelayanan yang diberikan Ibu Sukanti dan karyawan terhadap pembeli sudah lumayan bagus hal ini dibuktikan apabila ada pesanan dari pelanggan melalui telepon Ibu Sukanti selalu sigap untuk menganggapi. Walaupun tidak selamanya Ibu

Sukamti melakukan hal tersebut, hal ini dikarenakan banyak hal produk yang dilakukan sehingga tidak bisa 100% melihat hasilnya.

Barata (2003) berpendapat bahwa adapun bentuk-bentuk pelayanan prima dalam responsiveness yang baik adalah pelayanan yang dilakukan kepada pelanggan dengan keramahan, kecepatan, ketepatan dan kenyamanan. Pelayanan yang diberikan Ibu Sukamti dalam hal keramahan dibuktikan dengan penggunaan bahasa yang baik dan jelas dalam melakukan komunikasi dan selalu memberikan ketepatan dan kenyamanan kepada pelanggan sesuai dengan kemampuannya.

UMKM kuliner menjual bubur ayam Ibu Maskinah merupakan sampel selanjutnya. Menurut Tjiptono (2006) responsiveness merupakan keinginan para karyawan untuk membantu pelanggan dalam memberikan pelayanan dengan tanggap. Daya tanggap dapat diartikan sebagai respon atau kesigapan pelayanan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat, tepat. Pelayanan yang diberikan Ibu Maskinah sudah tanggap apabila terdapat pelanggan yang memesan kuliner yang disediakan. Kesigapan ini juga ditunjukkan dengan selalu menawarkan produk kuliner yang disajikan kepada pelanggan dengan ramah. Respon dan kesigapan juga dibuktikan dengan apabila terdapat pelanggan Ibu Maskinah selalu menyambut dengan cepat.

UMKM penjual dan soto milik Bapak Purwanto merupakan salah satu sampel pada penelitian ini. Menurut Tjiptono (2006) responsiveness merupakan keinginan para karyawan untuk membantu pelanggan dalam memberikan pelayanan dengan tanggap. Daya tanggap dapat diartikan sebagai respon atau kesigapan pelayanan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat, tepat. Barata (2003) berpendapat bahwa adapun bentuk-bentuk pelayanan prima dalam responsiveness yang baik adalah pelayanan yang dilakukan kepada pelanggan dengan keramahan, kecepatan, ketepatan dan kenyamanan

Pelayanan yang diberikan Bapak Purwanto dan karyawan kepada pelanggan dalam membantu mempermudah pelanggan yakni dengan selalu mempersilahkan pelanggan untuk duduk pada temoatnya dan menanyakan keperluan dan keinginan para pelanggan, kesigapan tersebut juga diberikan apabila terdapat para pelanggan yang selesai makan, maka, para karyawan secara segera untuk membereskan atau membersihkannya. Tetapi terkadang masih terdapat kesalahan mengenai ketepatan dan kecepatan, terkadang masih terdapat kekeliruan dalam memberikan sesuatu yang tidak sesuai dengan apa yang diminta pelanggan dan terkadang juga kekeliruan dalam memberikan kuliner tidak sesuai dengan urutan pemesanan.

UMKM kuliner penjual nasi bebek milik Ibu Eva merupakan salah satu sampel dalam penelitian ini, Menurut Tjiptono (2006) *responsiveness* merupakan keinginan para pelayan untuk membantu pelanggan dalam memberikan pelayanan dengan tanggap. Daya tanggap dapat diartikan sebagai respon atau kesigapan pelayanan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat, tepat Barata (2003) berpendapat bahwa adapun bentuk-bentuk pelayanan prima dalam *responsiveness* yang baik adalah pelayanan yang dilakukan kepada pelanggan dengan keramahan, kecepatan, ketepatan dan kenyamanan.

Pelayanan yang diberikan Ibu Eva dan karyawan sudah *responsive* apabila terdapat pelanggan yang datang dan memesan kuliner yang ditawarkan, Ibu Eva dan Karyawan selalu menawarkan dengan keramahan dan selalu mempersiapkan para pelanggan untuk duduk sambil menunggu pesannya diolahkan. Terdapat kekurangan apabila Ibu Eva dan karyawan melayani banyak pelanggan dan sedang mempersiapkan pesanan pelanggan terkadang terdapat kekeliruan berupa salah mengantar pesanan pelanggan atau pesanan tidak sesuai dan memberikan pesanan tidak sesuai dengan urutan pemesanan

d. Kemampuan (*Ability*)

Kemampuan yang diberikan karyawan kepada pelanggan dalam perspektif etika bisnis Islam yakni sama halnya dengan

Assurance. Hal tersebut merupakan Penerapan kemampuan, kesopanan, dan pengetahuan yang dilakukan para pelaku UMKM dalam menjamin dari rasa was-was dan keraguan dari pelanggan. Faktor keamanan, yaitu memberikan rasa aman dan nyaman serta jaminan mutu kepada pelanggan, hal tersebut merupakan salah satu hal yang penting bagi pelayanan prima. Menurut Zeitzmal dan Bitner yang dikutip dari Fandi dan Tjiptono (2002) berpendapat bahwa penggolongan asuransi ke dalam dimensi kualitas jasa antara lain mencakup: pengetahuan, kesopanan, kemampuan, sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan dan pemilik usaha, bebas risiko, keragu-raguan dan jujur (transparan).

Tidak jujur dalam hal perdagangan meliputi: mengurangi timbangan, menyembunyikan kekurangan barang, memakai barang yang tidak layak untuk dijual, UMKM kuliner Desa Bebekan juga hampir semua sudah menerapkan *Assurance* (jaminan) terhadap barang yang mereka produksi dan barang yang mereka jual, jaminan tersebut biasanya terletak pada bahan-bahan baku yang digunakan dalam hal produksi, terkait dengan kejujuran masih terdapat beberapa pedagang yang kurang jujur dalam dagangannya, seperti mengurangi timbangan, menggunakan bahan baku dengan kualitas yang kurang, dan mengurangi porsi dari setiap takarannya.

Salah satu sampel dalam penelitian ini yakni UMKM kuliner dengan menjual bakso dan mie ayam milik Bapak Sunar. Pelayanan

yang diberikan dalam hal *assurance* (jaminan) kepada pelanggan, dikategorikan sebagai cukup baik, dalam hal kesopanan dan kemampuan dalam melayani pelanggan, Menurut Iqbal dan Mirakhor (2015) Tujuan agama Islam salah satunya yakni adil, bermoral, dan bergairah melalui perantara manusia sebagai orang beriman dan bersosial, oleh karena itu individu dan masyarakat dipandang saling terikat. Termasuk dalam kegiatan perdagangan, penjual dan pelanggan (pembeli) hendaknya berlaku adil dan hal tersebut merupakan keharusan. Berlaku adil dalam perdagangan dapat menentukan mutu (kualitas), dan ukuran (kuantitas). Pelayanan yang diberikan Bapak Sunar dan karyawan dalam hal tersebut dengan semua pemilik dan karyawan dituntut untuk selalu sopan kepada pelanggan.

Menurut Zeitmal dan Bitner yang dikutip dari Fandi dan Tjiptono (2002) berpendapat bahwa penggolongan asuransi ke dalam dimensi kualitas jasa antara lain mencakup: pengetahuan, kesopanan, kemampuan, sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan, bebas risiko, dan keragu-raguan. Bapak Sunar dan karyawan menjamin jaminan mutu terbaik terhadap barang yang diproduksinya karena sebelum ditawarkan kepada pelanggan sudah melewati beberapa prosedur dengan baik dan benar. Pengetahuan terhadap kualitas barang dan pelayanan selalu diperhatikan UMKM kuliner milik Bapak Sunar ini dengan selalu menjadikan barang-barang yang

berkualitas sebagai bahan baku pembuatan olahan kuliner. Kesopanan, kemampuan, sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan dan pemilik usaha selalu dikelola dengan baik dan benar, hal tersebut agar terbebas risiko yang akan timbul dikemudian hari baik resiko mengenai pelayanan atau produk yang dihasilkan, menghindari keragu-raguan dan jujur (transparan) dalam hal produksi dan pelayanan.

UMKM kuliner yang dijadikan sampel selanjutnya dalam penelitian ini yakni UMKM kuliner yang bergerak di bidang pembuatan dan pemasaran kue basah dan kering. Salah satu pemilik UMKM tersebut yakni Ibu Naziah. Dalam pelayanan *assurance* Ibu Naziah dan karyawan dirasa kurang mengeluarkan seluruh kemampuannya dalam melayani pelanggan. Menurut Zeitmal dan Bitner yang dikutip dari Fandi dan Tjiptono (2002) berpendapat bahwa penggolongan asuransi ke dalam dimensi kualitas jasa antara lain mencakup: pengetahuan, kesopanan, kemampuan, sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan, bebas risiko, dan keragu-raguan. Ibu Naziah dan karyawan lebih fokus kepada produk yang dihasilkan sehingga kurang memperhatikan aspek lain yang bisa menunjang daya saing usaha.

Menurut Iqbal dan Mirakhor (2015) Tujuan agama Islam salah satunya yakni adil, bermoral, dan bergairah melalui perantara manusia sebagai orang beriman dan bersosial, oleh karena itu

individu dan masyarakat dipandang saling terikat. Termasuk dalam kegiatan perdagangan, penjual dan pelanggan (pembeli) hendaknya berlaku adil dan hal tersebut merupakan keharusan. Berlaku adil dalam perdagangan dapat menentukan mutu (kualitas), dan ukuran (kuantitas). Ibu Naziah telah memberikan jaminan mutu pada produk kuliner yang dihasilkan tetapi tidak dengan jaminan dalam hal pelayanan yang sangat minim.

Pengetahuan yang dimiliki Ibu Naziah dan karyawan mengenai hal produksi sudah cukup baik hal ini dibuktikan dengan selalu memperhatikan bahan-bahan dan proses pembuatan serta rasa, tetapi hal tersebut masih belum berlaku dalam hal pelayanan yang diberikan pelanggan, Ibu Naziah dan karyawan masih belum mengetahui seluruh aspek dalam pelayanan. Kesopanan yang dimiliki Ibu Naziah dan karyawan dirasa cukup baik dibuktikan dengan penggunaan tata bahasa yang halus. Kemampuan, sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan dan pemilik usaha juga sudah diterapkan dengan baik. bebas risiko, keragu-raguan dan jujur (transparan) merupakan hal yang selalu Ibu Naziah dan karyawan terapkan juga.

UMKM selanjutnya yakni UMKM kuliner dengan menjual gorengan. UMKM ini merupakan salah satu UMKM kuliner dengan jumlah pelaku usaha terbanyak di Desa Bebekan. Salah satu pemilik dan pengelola usaha tersebut yakni Ibu Karmi. Menurut Zeitmal dan

Bitner yang dikutip dari Fandi dan Tjiptono (2002) berpendapat bahwa penggolongan asuransi ke dalam dimensi kualitas jasa antara lain mencakup: pengetahuan, kesopanan, kemampuan, sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan, bebas risiko, dan keraguan. Dalam hal *assurance* Ibu Karmi dan karyawan telah menerapkan kemampuan, kesopanan, pengetahuan dan sifat yang dapat dipercaya dalam hal pelayanan. Hal ini dibuktikan dengan Ibu karmi dan Karyawan selalu menggunakan bahasa yang sopan dan ramah terhadap pelanggan dan menerapkan kemampuan dalam hal produksi dan pelayanan secara baik.

Menurut Iqbal dan Mirakhor (2015) Tujuan agama Islam salah satunya yakni adil, bermoral, dan bergairah melalui perantara manusia sebagai orang beriman dan bersosial, oleh karena itu individu dan masyarakat dipandang saling terikat. Termasuk dalam kegiatan perdagangan, penjual dan pelanggan (pembeli) hendaknya berlaku adil dan hal tersebut merupakan keharusan. Berlaku adil dalam perdagangan dapat menentukan mutu (kualitas), dan ukuran (kuantitas). Usaha Ibu Karmi juga telah menerapkan jaminan mutu kepada barang yang dijualnya, karena Ibu Karmi sadar bahwa hal tersebut dapat menjadikan pelanggan menjadi loyal terhadap usaha yang sedang dijalankan. Langkah-langkah yang diterapkan Ibu karmi dan karyawan dirasa cukup baik dalam indikator *assurance*

walaupun masih terdapat aspek *assurance* yang belum dilakukan secara maksimal.

UMKM kuliner yang menyajikan nasi dengan berbagai lauk juga merupakan salah satu sampel pada penelitian ini. Salah satu usaha warung nasi tersebut yakni warung nasi Arinta Hana. Menurut Zeitmal dan Bitner yang dikutip dari Fandi dan Tjiptono (2002) berpendapat bahwa penggolongan asuransi ke dalam dimensi kualitas jasa antara lain mencakup: pengetahuan, kesopanan, kemampuan, sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan, bebas risiko, dan keragu-raguan. Dalam hal pelayanan tentang *Assurance* yang dilakukan UMKM kuliner Arinta Hana telah menerapkan kemampuan, kesopanan, pengetahuan dan sifat yang dapat dipercaya dalam hal pelayanan. Hal ini dibuktikan dari banyak para pelanggan yang merasa nyaman dan nyambung jika berkomunikasi dengan penjual UMKM kuliner ini. Dalam menyajikan barang hasil produksinya.

Menurut Iqbal dan Mirakhor (2015) Tujuan agama Islam salah satunya yakni adil, bermoral, dan bergairah melalui perantara manusia sebagai orang beriman dan bersosial, oleh karena itu individu dan masyarakat dipandang saling terikat. Termasuk dalam kegiatan perdagangan, penjual dan pelanggan (pembeli) hendaknya berlaku adil dan hal tersebut merupakan keharusan. Berlaku adil dalam perdagangan dapat menentukan mutu (kualitas), dan ukuran

(kuantitas). UMKM kuliner Arinta Hana menjamin seluruh aspek produksinya dengan menggunakan bahan-bahan yang bagus dan bersih serta terhindar dari kuman. Dalam melakukan transaksi jual beli Arinta Hana juga berlaku jujur di segala macam aspek.

UMKM kuliner dengan menjual bubur suro milik Bapak Yusman merupakan sampel selanjutnya dalam penelitian ini. Menurut Iqbal dan Mirakhor (2015) Tujuan agama Islam salah satunya yakni adil, bermoral, dan bergairah melalui perantara manusia sebagai orang beriman dan bersosial, oleh karena itu individu dan masyarakat dipandang saling terikat. Termasuk dalam kegiatan perdagangan, penjual dan pelanggan (pembeli) hendaknya berlaku adil dan hal tersebut merupakan keharusan. Berlaku adil dalam perdagangan dapat menentukan mutu (kualitas), dan ukuran (kuantitas). Pelayanan yang diberikan Bapak Yusman dan Karyawan dalam hal *Assurance* yakni dengan berlaku adil dan memberikan jaminan terhadap takaran makanan yang di berikan kepada pelanggan. jaminan yang kain juga terdapat pada bahan baku pengolahan bubur yang diberikan secara baik agar pelanggan tidak merasakan sesuatu setelah membeli dan memakan hasil olahan bubur suro tersebut.

Menurut Zeitzmal dan Bitner yang dikutip dari Fandi dan Tjiptono (2002) berpendapat bahwa penggolongan asuransi ke dalam dimensi kualitas jasa antara lain mencakup: pengetahuan, kesopanan,

kemampuan, sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan, bebas risiko, dan keragu-raguan. Pengetahuan Bapak Yusman dan Karyawan tentang bubur suro dirasa sudah cukup mumpuni hal ini dengan dibuktikan dengan selalu membuat bubur yang berkualitas dan baik bagi oara pelanggan. Produk kuliner yang dihasilkan Bapak Yusman menjamin kepada pelanggan bahwa produk yang dijual selalu baru dan selalu menjaga kebersihan agar terbebas dari keragu-raguan. Tetapi terdapat pelanggan yang masih meragukan tentang rasa dan bahan baku yang dipakai, terdapat pelanggan yang mengira bahwa bahan baku yang dipakai dapat menimbulkan efek samping yang bahaya pada tubuh, contohnya yakni penggunaan obat gula sebagai penambah rasa manis pada bubur suro.

UMKM kuliner yang menjual nasi pecel Ibu lilik merupakan salah satu sampel pada penelitian ini. Menurut Iqbal dan Mirakhor (2015) Tujuan agama Islam salah satunya yakni adil, bermoral, dan bergairah melalui perantara manusia sebagai orang beriman dan bersosial, oleh karena itu individu dan masyarakat dipandang saling terikat. Termasuk dalam kegiatan perdagangan, penjual dan pelanggan (pembeli) hendaknya berlaku adil dan hal tersebut merupakan keharusan. Berlaku adil dalam perdagangan dapat menentukan mutu (kualitas), dan ukuran (kuantitas). Pelayanan yang diberikan Ibu Lilik dan karyawan dalam hal *assurance* yanni dengan menjamin bahan baku kuliner yang digunakan sudah bersih dan

berkualitas baik. Menjamin rasa dan kualitas produk yang sama merupakan salah satu langkah Ibu lilik dalam menjamin mutu dagangannya.

Menurut Zeitmal dan Bitner yang dikutip dari Fandi dan Tjiptono (2002) berpendapat bahwa penggolongan asuransi ke dalam dimensi kualitas jasa antara lain mencakup: pengetahuan, kesopanan, kemampuan, sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan, bebas risiko, dan keragu-raguan. Pengetahuan mengenai kualitas bahan baku dan kualitas pelayanan yang diberikan telah Ibu lilik terapkan dalam usaha kulinernya. Pengetahuan dalam memilih mana bahan baku yang bagus dan mana bahan baku yang jelek diterapkan dalam semua lini usaha Ibu lilik. Tetapi, masih terdapat kekurangan jaminan yang kurang dalam usaha kuliner Ibu lilik yakni menjaga kebersihan tempat usaha sehingga terdapat beberapa pelanggan bahwa jaminan mutu yang diberikan masih terdapat kekurangan.

UMKM kuliner dengan menjual kue basah Ibu Sukamti merupakan sampel selanjutnya dalam penelitian ini. Menurut Iqbal dan Mirakhor (2015) Tujuan agama Islam salah satunya yakni adil, bermoral, dan bergairah melalui perantara manusia sebagai orang beriman dan bersosial, oleh karena itu individu dan masyarakat dipandang saling terikat. Termasuk dalam kegiatan perdagangan, penjual dan pelanggan (pembeli) hendaknya berlaku adil dan hal tersebut merupakan keharusan. Berlaku adil dalam perdagangan

dapat menentukan mutu (kualitas), dan ukuran (kuantitas). Kualitas yang diberikan oleh Ibu Sukamti dan Karyawan dalam hal assurance yakni dengan menjamin kualitas dagangan produknya agar tidak basi. Ibu Sukamti dan karyawan selalu dengan teliti memilih bahan baku pembuatan kue basah dan keringnya sesuai dengan standart kualitas yang baik, hal tersebut bertujuan sebagai jaminan yang baik kepada pelanggan.

Menurut Zeitmal dan Bitner yang dikutip dari Fandi dan Tjiptono (2002) berpendapat bahwa penggolongan asuransi ke dalam dimensi kualitas jasa antara lain mencakup: pengetahuan, kesopanan, kemampuan, sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan, bebas risiko, dan keragu-raguan. kemampuan dan pengetahuan dalam hal pelayanan dan pembuatan kue telah dilakukan Ibu Sukamti mula dari pemilihan bahan baku yang berkualitas dan sesuai standart sampai dengan jaminan kepada pelanggan. Jaminan yang diberikan Ibu Sukamti kepada pelanggan yakni dengan mengganti produk kuliner olahannya apabila terdapat kecatatan dan tidak kesesuaian setelah diberikan kepada pelanggan.

UMKM kuliner penjual bubur ayam milik Ibu Maskinah merupakan sampel penelitian selanjutnya. Menurut Iqbal dan Mirakhor (2015) Tujuan agama Islam salah satunya yakni adil, bermoral, dan bergairah melalui perantara manusia sebagai orang beriman dan bersosial, oleh karena itu individu dan masyarakat

dipandang saling terikat. Termasuk dalam kegiatan perdagangan, penjual dan pelanggan (pembeli) hendaknya berlaku adil dan hal tersebut merupakan keharusan. Berlaku adil dalam perdagangan dapat menentukan mutu (kualitas), dan ukuran (kuantitas). Jaminan mutu yang diberikan oleh Ibu Maskinah dalam usaha kulinernya yakni dengan selalu berusaha memberikan produk olahan yang sesuai standart dan serta jaminan rasa yang sesuai setia produknya.

Menurut Zeitmal dan Bitner yang dikutip dari Fandi dan Tjiptono (2002) berpendapat bahwa penggolongan asuransi ke dalam dimensi kualitas jasa antara lain mencakup: pengetahuan, kesopanan, kemampuan, sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan, bebas risiko, dan keragu-raguan. Pengetahuan dan kemampuan dalam hal jaminan mutu juga diberikan kepada pelanggan. Ibu Maskinah memberikan jaminan rasa dan kualitas rasa yang diberikan kepada pelanggan sudah sesuai standart dan berkualitas baik, apabila terdapat kesahan pengolahan dan rasa maka Ibu maskinanh dan Karyawan selalu siap untuk mengganti produk tersebut dan meminta maaf kepada pelanggan.

UMKM kuliner dengan menjual penjual soto milik Bapak Purwanto merupakan sampel selanjutnya. Menurut Iqbal dan Mirakhor (2015) Tujuan agama Islam salah satunya yakni adil, bermoral, dan bergairah melalui perantara manusia sebagai orang beriman dan bersosial, oleh karena itu individu dan masyarakat

dipandang saling terikat. Termasuk dalam kegiatan perdagangan, penjual dan pelanggan (pembeli) hendaknya berlaku adil dan hal tersebut merupakan keharusan. Berlaku adil dalam perdagangan dapat menentukan mutu (kualitas), dan ukuran (kuantitas). Menurut Zeitmal dan Bitner yang dikutip dari Fandi dan Tjiptono (2002) berpendapat bahwa penggolongan asuransi ke dalam dimensi kualitas jasa antara lain mencakup: pengetahuan, kesopanan, kemampuan, sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan, bebas risiko, dan keragu-raguan.

Jaminan kualitas yang diberikan Bapak Purwanto kepada pelanggan yakni dengan selalu memperhatikan citra rasa produk yang dihasilkan dan memperhatikan aspek bahan baku yang digunakan dalam membuat produk olahan sotonya. Jaminan menggunakan produk yang baik dan bersih sangat diperhatikan Bapak Purwanto agar tercipta citra rasa yang sesuai standart dan tidak menimbulkan efek samping yang jelek kepada pelanggan. Kemampuan dan pengetahuan tentang produk olahannya sudah dikuasai oleh Bapak purwanti. Meskipun, masih belum bisa menjalankannya 100%, contoh kekurangan jaminan terjadi pada tempat usah yakni dengan kurangnya menjadi kebersihan tempat usaha.

UMKM kuliner dengan menjual nasi bebek milik Ibu Eva merupakan salah satu sampel pada penelitian ini. Menurut Iqbal dan

Mirakhor (2015) Tujuan agama Islam salah satunya yakni adil, bermoral, dan bergairah melalui perantara manusia sebagai orang beriman dan bersosial, oleh karena itu individu dan masyarakat dipandang saling terikat. Termasuk dalam kegiatan perdagangan, penjual dan pelanggan (pembeli) hendaknya berlaku adil dan hal tersebut merupakan keharusan. Berlaku adil dalam perdagangan dapat menentukan mutu (kualitas), dan ukuran (kuantitas). Menurut Zeitmal dan Bitner yang dikutip dari Fandi dan Tjiptono (2002) berpendapat bahwa penggolongan asuransi ke dalam dimensi kualitas jasa antara lain mencakup: pengetahuan, kesopanan, kemampuan, sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan, bebas risiko, dan keragu-raguan.

Jaminan mutu yang diterapkan Ibu Eva dan karyawan yakni dengan selalu memilih hewan yang akan disembelih tidak cacat, tidak sakit dan tidak mati sebelum disembeli. Dalam penyembelihan pun juga dijamin oleh Ibu Eva dengan menyembelih sesuai dengan syariat Islam. Dalam memotong dan membagi bagian hewan tersebut sudah sama besarnya. Tetapi masih ditemui beberapa potongan yang tidak sesuai besarnya dan dijual dengan harga yang sama. Jaminan kebersihan tempat usaha juga kurang diperhatikan Ibu Eva dan karyawan.

e. Penampilan (*Appearance*)

Penampilan dalam perspektif etika bisnis Islam sama halnya dengan *tangibess*. Menurut Parasuraman (1998) *tangibles* merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan keberadaanya kepada masyarakat umum. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik suatu usaha merupakan bukti nyata pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa. Penampilan yang bersih, rapi, dan sopan merupakan salah satu syarat untuk meyakinkan para pelanggan. Dalam agama Islam faktor kerapihan, kebersihan, dan kesopanan sangat diperhatikan. Dalam Islam juga diatur berbusana dengan baik dan sopan, busana baik sopan menurut Islam yakni memakai pakaian yang menutup aurot, bila laki-laki dari pusar sampai lutut dan bila perempuan menutupi seluruh tubuh kecuali wajah dan telapak tangan, tidak hanya menutup aurot saja tetapi juga bersih dari hadast kecil dan besar serta wangi.

UMKM kuliner Desa Bebekan masih banyak yang belum memperhatikan etika dalam berpakaian, masih banyak terdapat yang memakai pakaian yang tidak enak dipandang dan tidak sesuai dengan kode etik norma yang berlaku, banyak yang memakai pakaian yang biasa digunakan didalam rumah yang tidak sesuai dengan etika pelayanan prima dan etika pelayanan Islam. Tetapi, ada juga pelaku UMKM kuliner di Desa Bebekan yang memperhatikan

aspek etika berpakaian menurut Islam dan kode etik dalam pelaku usaha UMKM kuliner.

UMKM kuliner bakso dan mie ayam milik Bapak Sunar merupakan salah satu yang menerapkan etika berpakaian yang sopan dan enak dipandang, sesuai dengan kode etik menurut Islam dan kode etik menurut norma yang berlaku. Menurut Barata (2003) Keberhasilan program pelayanan prima tergantung pada efektifitas dan perpaduan antara pelayanan, sikap, kemampuan, perhatian, penampilan, tanggung jawab, dan tindakan dalam melakukan pelayanan. Bapak Sunar dan para karyawan selalu menggunakan pakaian yang sopan dan tertutup baik laki-laki maupun perempuan, yang laki-laki memakai pakaian yang menutup aurat dan memakai wewangian, begitu pula karyawan perempuan yang selalu menutup aurat, memakai jilbab dan wewangian. Walaupun terdapat beberapa karyawan laki-laki yang kurang enak dipandang dalam berpakaian dikarenakan kadang memakai celana pendek.

Selain dari pakaian menurut Parasuraman (1998) hal yang termasuk bukti fisik dalam pelayanan prima yakni tempat usaha atau sarana dan prasarana dalam menunjang kebutuhan pelayanan prima. Sarana dan prasarana bakso dan mie ayam milik Bapak sunar sudah terdapat kios atau warung makan yang nyaman, dan terdapat tempat duduk dan meja makan yang memadai untuk para pelanggan, selain itu terdapat fasilitas kipas angin dan kamar mandi serta tempat parkir

meskipun tempat parkirnya hanya bisa motor dan tidak seberapa besar hanya cukup untuk 11 kendaraan motor saja. Perawatan dan kebersihan yang dilakukan oleh Bapak Sunar dan karyawan dalam hal fasilitas selalu dilakukan dengan rutin, agar kenyamanan dari pelanggan tetap terjaga.

Salah satu sampel UMKM kuliner yang selanjutnya yakni UMKM kuliner yang bergerak dibidang usaha roti basah dan kering. Salah satu produsen dan penjual kue basah dan kering yang di Desa Bebekan yakni Ibu Naziah. Menurut Barata (2003) Keberhasilan program pelayanan prima tergantung pada efektifitas dan perpaduan antara pelayanan, sikap, kemampuan, perhatian, penampilan, tanggung jawab, dan tindakan dalam melakukan pelayanan. Pelayanan yang diberikan Ibu Naziah dan karyawan dalam hal *Tangibles* (bukti Fisik) kurang memperhatikan aspek dalam penampilan, sebab dalam menawarkan dan melayani pelanggan Ibu Naziah dan karyawan hanya menggunakan pakaian sehari-hari yang dipakai dalam rumah, Ibu Naziah dan karyawan kurang memperhatikan kode etik dalam pelayanan, meskipun baju yang dipakai oleh Ibu Naziah dan karyawan sudah tertutup tetapi kurang enak dipandang bagi pelanggan. hal ini juga disebabkan oleh toko roti dengan rumah yang berdekatan.

Selain dari pakaian menurut Parasuraman (1998) hal yang termasuk bukti fisik dalam pelayanan prima yakni tempat usaha atau

sarana dan prasarana dalam menunjang kebutuhan pelayanan prima. Dalam menunjang pelayanan dalam toko roti Ibu Naziah tersedia tempat parkir yang cukup, etalase atau rak buat naruh barang hasil produksi, tetapi, dalam penataannya kurang enak dipandang oleh pelanggan dan terkesan berantakan. kerapihan sebuah toko bisa dilihat dari penataan barang-barang yang dijual dengan tepat dan tidak mencampur barang satu dengan yang lain, serta dalam penataan ornamen juga harus diperhatikan nilai estetikanya. Toko atau tempat usaha milik Ibu Naziah juga kurang diperhatikan penataannya karena didalam toko tersebut dicampur antara jual roti dan konter pulsa. Dalam perawatannya sudah bisa dibilang ba tetapi dalam penataan alat-alatnya kurang rapi.

UMKM kuliner selanjutnya yakni UMKM dengan menjual dan memproduksi berbagai macam gorengan. Salah satu pemilik dan pengelola UMKM kuliner berupa usaha gorengan yakni Ibu Karmi.

Menurut Barata (2003) Keberhasilan program pelayanan prima tergantung pada efektifitas dan perpaduan antara pelayanan, sikap, kemampuan, perhatian, penampilan, tanggung jawab, dan tindakan dalam melakukan pelayanan. Dalam pelayanan tentang *Tangibles* yang diberikan Ibu Karmi dan karyawan dirasa kurang konsisten dalam hal berpakaian. Menurut Parasuraman (1998) penampilan yang bersih, rapi, dan sopan merupakan salah satu syarat untuk meyakinkan para pelanggan. Dalam pelayanan Ibu Karmi selalu

terlihat rapi sedangkan untuk karyawannya dalam berpakaian kurang rapi. Pakaian Ibu karmi dalam berdagang sudah cukup baik karena menurup aurot dengan memakai krudung dan berbusana rapi, beda halnya dengan karyawannya, karena karyawannya tidak selalu menggunakan pakaian yang sopan dalam melayani pelanggan.

Selain dari pakaian, bukti fisik menurut Parasuraman (1998) kemampuan sarana dan prasarana fisik suatu usaha merupakan bukti nyata pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa. Fasilitas sarana dan prasarana usaha yang di miliki UMKM kuliner gorengan ini kurang memadai, terdapat kekurangan pada tempat duduk dan lahan parkir yang dirasa kurang. Untuk rombongan dan kebersihan tempat usaha yang dibuat menjajakan hasil produksinya juga kurang terawat dan kurang diperhatikan kerapihan dan kebersihannya.

UMKM kuliner berupa warung nasi dengan berbagai lauk juga merupakan salah satu sampel pada penelitian ini. salah satu warung nasi yakni milik Arinta Hana. Pelayanan terkait *tangibless* pada UMKM ini terdapat kekurangan dan kelebihan. Menurut Parasuraman (1998) *tangibles* merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan keberadaanya kepada masyarakat umum. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik suatu usaha merupakan bukti nyata pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa. Penampilan yang bersih, rapi, dan sopan merupakan salah satu syarat untuk meyakinkan para pelanggan.

Kelebihannya terletak pada baju atau pakaian yang digunakan Arinta Hana sudah menutup aurot, rapi, bersih, dan sopan, tetapi tidak dengan karyawannya, yang memakai baju seadanya yang kurang baik dan menutup aurot. Kekurangan dari UMKM ini terletak pada tempat usaha yang kurang nyaman dan menarik pelanggan serta kurang tertatanya lahan parkir yang tersedia. Kurang terawatnya tempat usaha merupakan salah satu kekurangan dari pelayanan ini, hal ini dikarenakan disekitar tempat usahanya terdapat banyak orang yang berjualan burung dan agak tidak rapi dalam penataan tempat atau kios burungnya.

UMKM kuliner dengan menjual bubur suro milik Bapak Yusman merupakan salah satu sampel pada penelitian ini. Menurut Barata (2003) Keberhasilan program pelayanan prima tergantung pada efektifitas dan perpaduan antara pelayanan, sikap, kemampuan, perhatian, penampilan, tanggung jawab, dan tindakan dalam melakukan pelayanan. Penampilan yang digunakan oleh Bapak Yusman dan karyawan sudah terbilang rapi dan bersih, hal ini dibuktikan dengan pakaian yang digunakan sudah menutup aurot dan bersih. Hal tersebut juga sudah sesuai dengan pendapat Parasuraman (1998) penampilan yang bersih, rapi, dan sopan merupakan salah satu syarat untuk meyakinkan para pelanggan.

Bukti fisik menurut Parasuraman (1998) kemampuan sarana dan prasarana fisik suatu usaha merupakan bukti nyata pelayanan

yang diberikan oleh penyedia jasa. Sarana dan prasarana yang dimiliki Bapak Yusman di tempat usaha meliputi, lahan parkir, rombongan, tempat duduk, meja, dan peralatan makan. Terdapat kekurangan mengenai penataan tempat duduk dan kurangnya tempat duduk yang tersedia. Lahan parkir yang tersedia hanya bisa untuk sepeda bermotor tidak bisa dengan mobil kecil ataupun besar.

UMKM kuliner dengan menjual nasi pecel milik Ibu Lilik merupakan salah satu sampel pada penelitian ini. Menurut Barata (2003) Keberhasilan program pelayanan prima tergantung pada efektifitas dan perpaduan antara pelayanan, sikap, kemampuan, perhatian, penampilan, tanggung jawab, dan tindakan dalam melakukan pelayanan fisik yang diterapkan Ibu lilik dan Karyawan sudah baik, Ibu Lilik dan Karyawan sudah menggunakan pakaian yang bagus, rapi dan bersih, meskipun terkadang masih menggunakan pakaian yang kurang baik digunakan dalam berdagang, kekurangan tersebut berupa, menggunakan pakaian yang biasa dan tidak rapi dalam berdagang. Hal tersebut sejalan dengan pendapat Parasuraman (1998) penampilan yang bersih, rapi, dan sopan merupakan salah satu syarat untuk meyakinkan para pelanggan.

Bukti fisik menurut Parasuraman (1998) kemampuan sarana dan prasarana fisik suatu usaha merupakan bukti nyata pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa. Sarana dan prasarana yang dimiliki Ibu Lilik dalam usahanya yakni meliputi, rombongan, tempat

parkir, tempat makan, tempat duduk, peralatan makan, dan peralatan penunjang dalam memasarkan hasil olahan kuliner milik Ibu Lilik. Tetapi, masih terdapat kekurangan yang meliputi kurang terawatnya rombongan dan tempat duduknya serta masih kurang mencukupinya tempat duduk untuk para pelanggan.

UMKM dengan menjual kue basah milik Ibu Sukamti merupakan sampel penelitian selanjutnya. Menurut Barata (2003) Keberhasilan program pelayanan prima tergantung pada efektifitas dan perpaduan antara pelayanan, sikap, kemampuan, perhatian, penampilan, tanggung jawab, dan tindakan dalam melakukan pelayanan. Menurut Parasuraman (1998) penampilan yang bersih, rapi, dan sopan merupakan salah satu syarat untuk meyakinkan para pelanggan. Pelayanan fisik yang dilakukan Ibu Sukamti dalam pelayanan meliputi penggunaan pakaian yang rapi dan bersih serta sopan bila memperjajankan hasil olahannya, tetapi bila memproduksi kuliner kue Ibu Sukamti dan karyawan menggunakan pakaian yang biasa yang kurang menutup aurat dengan tidak memakai krudung dan menggunakan pakaian sehari hari.

Bukti fisik menurut Parasuraman (1998) kemampuan sarana dan prasarana fisik suatu usaha merupakan bukti nyata pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa. Sarana dan prasarana yang dimiliki Ibu Sukamti dalam menunjang pelayanan yakni meliputi, etalase, tempat duduk, tempat parkir. Dalam hal perawatan tempat

usaha Ibu Sukamti selalu membersihkan semua peralatan fisik yang menunjang kenyamanan para pelanggan, tetapi untuk tempat duduk bagi pelanggan dirasa kurang nyaman dikarenakan di atasnya masih belum tertutupi.

Bubur ayam milik Ibu Maskinah merupakan sampel selanjutnya. Menurut Barata (2003) Keberhasilan program pelayanan prima tergantung pada efektifitas dan perpaduan antara pelayanan, sikap, kemampuan, perhatian, penampilan, tanggung jawab, dan tindakan dalam melakukan pelayanan. Menurut Parasuraman (1998) penampilan yang bersih, rapi, dan sopan merupakan salah satu syarat untuk meyakinkan para pelanggan. Pelayanan fisik yang dilakukan Ibu Maskinah berupa memakai pakaian yang baik, bagus, dan sopan serta enak dipandang dalam pelayanan. Kemampuan dalam memilih pakaian yang bersih dan menutup aurat merupakan hal yang diterapkan Ibu Maskinah.

Bukti fisik menurut Parasuraman (1998) kemampuan sarana dan prasarana fisik suatu usaha merupakan bukti nyata pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa. Sarana dan prasarana yang dimiliki Ibu Maskinah dalam usahanya yakni meliputi, rombongan, tempat duduk dan lahan parkir. Kekurangan fasilitas penunjang terlihat jelas tidak adanya meja sebagai tempat penunjang serta tempat usaha yang berada di trotoar jalan yang mengakibatkan terbatasnya lahan parkir serta kurangnya tempat duduk.

UMKM kuliner dengan menjual soto milik Bapak Purwanto merupakan salah satu UMKM kuliner yang dijadikan sampel pada penelitian ini. Menurut Barata (2003) Keberhasilan program pelayanan prima tergantung pada efektifitas dan perpaduan antara pelayanan, sikap, kemampuan, perhatian, penampilan, tanggung jawab, dan tindakan dalam melakukan pelayanan. Penampilan yang diterapkan oleh Bapak Purwanto ketika ditempat usaha yakni dengan menggunakan pakaian yang bersih, rapi, dan sopan. Hal tersebut tidak hanya berlaku untuk Bapak Purwanto saja tetapi, para karyawan juga menggunakan pakaian yang sama-sama bersih, rapi, sopan, dan menutup aurat. Hal ini juga sejalan dengan pendapat Parasuraman (1998) penampilan yang bersih, rapi, dan sopan merupakan salah satu syarat untuk meyakinkan para pelanggan.

Bukti fisik menurut Parasuraman (1998) kemampuan sarana dan prasarana fisik suatu usaha merupakan bukti nyata pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa. Sarana dan prasarana yang dimiliki Bapak Purwanto dalam menunjang pelayanan yakni berupa lahan parkir, rombongan, tempat duduk dan meja. Kurang memadainya tempat usaha dan banyaknya pelanggan yang memesan dan membeli kuliner Bapak Purwanto membuat tempat usaha kurang terawat kebersihannya dan kurang tepatnya penataan tempat dan terlihat sangat sesak dikarenakan tempat usahanya berada didepan toko orang lain.

UMKM kuliner dengan menjual nasi bebek milik Ibu Eva merupakan sampel selanjutnya pada penelitian ini. Menurut Barata (2003) Keberhasilan program pelayanan prima tergantung pada efektifitas dan perpaduan antara pelayanan, sikap, kemampuan, perhatian, penampilan, tanggung jawab, dan tindakan dalam melakukan pelayanan. Penampilan fisik yang diterapkan Ibu Eva dalam menawarkan barang dagangannya yakni dengan menggunakan pakaian yang bagus, baik, bersih dan sopan serta menutup aurot. Tetapi, dalam mempersiapkan atau mengelola bahan baku Ibu Eva dan karyawan hanya menggunakan pakaian yang kurang enak dipandang.

Bukti fisik menurut Parasuraman (1998) kemampuan sarana dan prasarana fisik suatu usaha merupakan bukti nyata pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa. Sarana dan prasarana yang dimiliki Ibu Eva yakni meliputi lahan parkir tempat duduk dan meja.

Kondisi sarana dan prasarana masih kurang diperhatikan penaatanya dan aspek kebersihannya

f. Tangung jawab (*Accountability*)

Tanggung jawab dalam perspektif tika bisnis Islam sama halnya dengan *Realibility*. hal tersebut merupakan suatu kemampuan untuk memberikan jasa layanan sebuah produk. Sehingga layanan tersebut dapat memuaskan para pelanggan. kepuasan pelanggan sangat menentukan perilaku pembelian pelanggan sehingga

terciptanya pelanggan yang loyal. Agama Islam selalu mengajarkan untuk senantiasa menepati janji ketika sudah diucapkan dan disepakati oleh kedua belah pihak, Islam juga mengajarkan untuk menjaga amanah yang sudah diberikan.

Dalam aspek pelayanan memberikan apa yang sudah dijanjikan kepada pelanggan merupakan suatu kewajiban, karena menepati janji kepada karyawan merupakan salah satu faktor yang mendorong kepercayaan pelanggan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan sesuai dengan firman Allah QS. An-nahl:91. Saling menghormati antar sesama makhluk hidup merupakan tuntunan yang wajib dilakukan oleh seorang muslim. Oleh sebab itu, penjual harus memberikan penghormatan kepada semua pembeli, karena dalam Islam praktik jual beli pada dasarnya berlandaskan sikap tolong menolong antar sesama manusia, hal tersebut disebutkan dalam Al-qur'an pada surah Al-Baqarah{2}:198, Al-Baqarah{2}:275, An-Nisa' {4}:29, hadist, ijmak. Tolong menolong merupakan salah satu ciri orang yang bertaqwa, dan merupakan tali pengikat antar kedua belah pihak yang akan melahirkan sifat jujur, adil, belas kasihan, dan amanah.

UMKM bakso dan mie ayam milik Bapak Sunar Merupakan salah satu sampel UMKM kuliner yang ada di Desa Bebekan. Menurut Lupiyoadi (2001) *reability* adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan suatu pelayanan sesuai dengan apa

yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Pelayanan yang diberikan Bapak Sunar dan karyawan terkait *realibility* ditunjukkan dengan janji untuk selalu mengevaluasi hasil dari produk makanan yang diproduksi sebelum dijual dan disajikan kepada pelanggan. UMKM kuliner bakso dan mie ayam Bapak Sunar juga sudah jujur dalam pelayanan dan produksi, hal ini dibuktikan dengan menggunakan bahan yang berkualitas dalam membuat produk olahan makanan. Jika ditanya oleh pelanggan mengenai bumbu apa saja yang dijadikan bahan Bapak Sunar selalu berkata jujur kepada pelanggan.

Dalam pelayanan Bapak Sunar juga jujur dan terbuka kepada pelanggan mengenai jam buka dan tutup usahanya, serta jika libur maka Bapak Sunar selalu memberikan informasi kepada pelanggan berupa tulisan yang biasanya ditempel pada depan toko atau tempat usaha. hal ini bertujuan agar pelanggan dapat memastikan kapan akan berkunjung dan membeli dagangannya. UMKM kuliner milik Bapak Sunar juga sering menanyakan kepada pelanggan tentang hal apa yang kurang dari produk makanan yang dihasilkan, dan selalu menerima kritikan dan saran dari pelanggan untuk berbenah agar menghasilkan produk makanan dan pelayanan yang berkualitas. Bapak Sunar dan karyawan juga sering berdiskusi terhadap keluhan atau komplain dari pelanggan agar bisa segera menemukan jalan keluar dan tindakan yang harus dilakukan.

UMKM kuliner selanjutnya adalah UMKM kue basah dan kering milik Ibu Naziah. UMKM kuliner yang digeluti Ibu Naziah merupakan salah satu UMKM kuliner yang banyak dilakukan oleh masyarakat Desa Bebekan yakni penjual dan produsen kue basah dan kering. Menurut Lupiyoadi (2001) *reability* adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan suatu pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Pelayanan yang diberikan Ibu Naziah dan para karyawan kepada pelanggan mengenai *reability* yakni dengan selalu menempati janji terkait promo harga yang ditawarkan setiap kali ada peringatan hari-hari tertentu, hal ini dilakukan pemilik agar pelanggan menjadi loyal dan mempromosikan produk yang di buatnya. dalam melakukan usahanya Ibu Naziah dan karyawan selalu menerapkan kejujuran dalam berbagai aspek, baik aspek produksi, penjualan dan pelayanan.

Menurut Muh dan Nur (2021) Pelayanan prima *reability* dalam adalah pelayanan yang terbaik yang diberikan perusahaan dalam memenuhi harapan, keinginan, dan kebutuhan pelanggan. Ibu Naziah dan karyawan selalu mendengarkan keluhan dari para pelanggannya terkait dengan roti yang dihasilkan. Ibu Naziah juga pernah meminta kritik dan saran kepada karyawan, pelanggan, dan masyarakat sekitar rumahnya mengenai rasa roti yang dihasilkan, dan jika terdapat kritikan Ibu Naziah beserta karyawan langsung

menemukan jalan keluar dan mencari resep terbaru untuk rotinya. Ibu Naziah mengidentifikasi masalah yang ada melalui omset penjualannya, jika mulai ada penurunan maka Ibu Naziah mencari sumber permasalahannya dan menyelesaikan secepat mungkin.

UMKM kuliner dengan menjual gorengan milik Ibu Karmi merupakan salah satu pelaku usah kuliner yang ada di desa Bebekan. Ibu Karmi selaku penjual dan pemilik UMKM kuliner dengan menjual gorengan. Menurut Lupiyoadi (2001) *realibility* adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan suatu pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Etika pelayanan Islam yang diberikan Ibu Karmi dan karyawan dalam hal *realibility* sudah cukup baik, hal ini dibuktikan dengan, menepati janji yang diberikan kepada pelanggan dengan memberikan potongan harga, apabila pelanggan membeli atau memesan dengan jumlah banyak. Ibu Karmi juga berbuat jujur mengenai barang-barang yang dijualnya karena Ibu Karmi sadar bahwa kejujuran dapat menimbulkan keberkahan dalam hal penjualan.

Tidak jarang Ibu Karmi dan karyawan juga sering mendapat kritik dan saran mengenai produk yang dihasilkan dan pelayanan yang diberikan, kritikan dari pelanggan biasanya berupa ukuran produk gorengan dan bahan baku dari gorengannya, sedangkan kritik dalam pelayanan berupa jam buka dan tutup pada tempat

usahanya. Ibu Karmi selalu mendengarkan kritik dan saran pelanggan dengan baik dan selalu melakukan pembenahan terhadap usaha yang dijalankan. Dalam mengidentifikasi masalah Ibu Karmi melihat dari omset harian yang dihasilkan apakah mengalami penurunan atau peningkatan, jika terjadi penurunan maka Ibu Karmi dan karyawan mencari dan memecahkan masalah tersebut dengan segera.

Sampel selanjutnya yakni UMKM kuliner penjual nasi dengan berbagai lauk yang ada di Desa Bebekan. Salah satu pengelola usaha warung nasi yakni Arinta Hana. Menurut Lupiyoadi (2001) *reability* adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan suatu pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Etika pelayanan Islam tentang *Realibility* yang diterapkan Arinta Hana pada usahanya yakni dengan menepati janji kepada pelanggan berupa memberikan potongan harga kepada pelanggan apabila membeli dengan jumlah yang banyak dan jika yang memesan untuk acara keagamaan yang dilakukan di Masjid dan Musholla. Hal tersebut juga diterapkan kepada semua karyawannya. Arinta Hana sudah jujur dalam seluruh aspek dalam perdagangan yang meliputi bahan baku dan pelayanan terhadap pelanggan. Dalam pelayanan Arinta Hana beserta karyawan selalu mendengarkan kritik dan saran kepada pelanggan, dan tidak jarang Arinta Hana dan karyawan

menanyakan kepada pelanggan tentang rasa atau kualitas produk yang dijual.

Menurut Muh dan Nur (2021) Pelayanan prima adalah pelayanan yang terbaik yang diberikan perusahaan dalam memenuhi harapan, keinginan, dan kebutuhan pelanggan. Dalam mengidentifikasi masalah dan memenuhi harapan dan keinginan pelanggan. Usaha nasi Arinta Hana melakukan dengan cara menanyakan kepada pelanggan tentang apa yang kurang dari usahanya, baik berupa masakan yang disajikan, tempat usaha, sampai penampilan tempat usaha dan pakaian Arinta Hana dan karyawan. warung nasi Arinta Hana sudah jujur dalam memberikan kepastian jam buka dan tutup dengan memberikan tulisan pada tempat usahanya.

Sampel selanjutnya yakni UMKM kuliner yang menjual bubur suro milik Bapak Yusman. Menurut Lupiyoadi (2001) *reability* adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan suatu pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. etika pelayanan yang diberikan Bapak Yusman dan karyawan tentang *reability* yakni dengan selalu menepati janji dengan memberikan potongan harga apabila membeli dengan jumlah yang banyak. Dalam melakukan transaksi dan penjualan bapak Yusman dan Karyawan sudah jujur dalam hal memakai bahan baku yang bagus dan memberikan sikap kejujuran dalam

bertransaksi. Nilai kepercayaan yang di terapkan Bapak Yusman kepada pelanggan diwujudkan dengan selalu memberikan jaminan mutu yang baik dan selalu mendengarkan kritik dan saran dari para pelanggan.

Sampel selanjutnya yakni UMKM dengan menjual nasi pecel dan Ibu Lilik selaku pemilik dan pengelola usaha kuliner ini. Menurut Lupiyoadi (2001) *realibility* adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan suatu pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Pelayanan tentang *realibility* yang diterapkan Ibu Lilik yakni dengan selalu menepati janji dengan memberikan bonus apabila menerima pesanan atau pembelian dengan jumlah yang banyak. Ibu Lilik selalu berkata jujur kepada pelanggan mengenai bahan baku yang digunakan serta tidak melebih lebihkan omongan yang disampaikan. Kepercayaan kepada pelanggan diterapkan Bu Lilik dan karyawan dengan selalu jujur disemua aspek penjualan dan produksi serta meminta kritik dan saran dan para pelanggan.

Sampel selanjutnya yakni UMKM kuliner dengan menjual kue basah milik ibu Sukamti. Menurut Lupiyoadi (2001) *realibility* adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan suatu pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Dalam pelayanan yang diterapkan Ibu Sukamti dalam hal *realibility* yakni dengan menepati janji dengan memberikan bonus kepada

pelanggan apabila pelanggan membeli dan memesan dengan jumlah yang banyak. Ibu Sukamti beserta karyawan juga sering memberikan potongan harga pada hari-hari tertentu.

Menurut Muh dan Nur (2021) Pelayanan prima tentang *realibility* adalah pelayanan yang terbaik yang diberikan perusahaan dalam memenuhi harapan, keinginan, dan kebutuhan pelanggan. Ibu Sukamti dan karyawan selalu menanyakan keperluan pelanggan tentang produk yang dihasilkan dan pelayanan yang diberikan. Hal tersebut bertujuan agar pelanggan menjadi loyal kepada UMKM kuliner milik Ibu Sukamti. Terdapat kekurangan pelayanan dalam hal jam buka dan libur pada usaha kuliner Ibu Sukamti dengan tidak memberikan tulisan di tempat usahanya.

UMKM penjual bubur ayam milik Ibu Maskinah merupakan sampel selanjutnya. Menurut Lupiyoadi (2001) *realibility* adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan suatu pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Pelayanan yang diberikan Ibu Maskinah dan karyawan sudah menepati janji sesuai yang dipromosikan, yakni dengan memberikan potongan harga apabila membeli produk dengan jumlah yang banyak. Ibu Maskinah juga jujur kepada pelanggan terhadap bahan baku yang digunakan dalam membuat bubur ayam tersebut. Menurut Muh dan Nur (2021) Pelayanan prima tentang

reability adalah pelayanan yang terbaik yang diberikan perusahaan dalam memenuhi harapan, keinginan, dan kebutuhan pelanggan. Dalam memenuhi harapan dan keinginan pelanggan Ibu Maskinah selalu menanyakan terhadap kekurangan usahanya baik berupa kuliner yang disajikan maupun kualitas pelayanan.

UMKM kuliner penjual Soto milik Bapak Purwanto merupakan sampel UMKM kuliner yang ada di Desa Bebekan selanjutnya. Menurut Lupiyoadi (2001) *reability* adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan suatu pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Pelayanan yang di berikan Bapak Purwanto dan karyawan sudah menepati janji berupa memberikan potongan harga dan kualitas makanan yang sang sudah baik. Menurut Muh dan Nur (2021) Pelayanan prima tentang *reability* adalah pelayanan yang terbaik yang diberikan perusahaan dalam memenuhi harapan, keinginan, dan kebutuhan pelanggan. Bapak Purwanto dan karyawan selalu menanyakan kekurangan usahanya kepada pelanggan dan selalu menerima dengan baik kritik dan saran yang diberikan pelanggan. Apabila terdapat masalah maka Bapak Purwanto selalu dengan sigap untuk memperbaikinya.

UMKM kuliner penjual bebek milik Ibu Eva merupakan salah satu sampel UMKM kuliner yang ada di Desa Bebekan. Menurut Lupiyoadi (2001) *reability* adalah kemampuan

perusahaan untuk memberikan suatu pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Pelayanan yang diberikan Ibu Eva sudah menepati janji dengan selalu memberikan potongan harga atau bonus apabila pelanggan membeli dan memesan produk dengan jumlah banyak. Ibu Eva dan karyawan juga jujur dalam membuat olahan kuliner yang dibuat, mulai dari bahan baku yang baik dan pengolahan yang bersih.

Menurut Muh dan Nur (2021) Pelayanan prima tentang *reability* adalah pelayanan yang terbaik yang diberikan perusahaan dalam memenuhi harapan, keinginan, dan kebutuhan pelanggan. Pelayanan yang diberikan Ibu Evi dan karyawan dalam memenuhi harapan dan pelanggan yakni dengan cara menanyakan langsung kepada para pelanggan tentang kekurangan usahanya dan apabila terjadi kesalahan maka dengan cepat Ibu Eva dan karyawan menyelesaikan hal tersebut.

4.3.2 Peran Pelayanan prima perspektif etika bisnis Islam dalam meningkatkan daya saing UMKM kuliner Desa Bebekan

Sebanyak 381 UMKM yang ada di Desa Bebekan dan 114 diantaranya merupakan UMKM dibidang kuliner. Para pelaku usaha telah memberikan pelayanan kepada pelanggan sesuai dengan apa yang dimengerti walaupun masih terdapat kekurangan jika berlandaskan pada teori pelayanan prima perspektif etika bisnis Islam. Makin berkembangnya UMKM yang ada di Desa Bebekan terutama UMKM

kuliner, mewajibkan para pelaku usaha mengerti tentang etika pelayanan Islam dalam meningkatkan daya saing usaha. Selain itu, di Desa Bebekan juga masih terdapat banyak para pelaku UMKM kuliner yang tidak sesuai dengan indikator pelayanan prima perspektif etika bisnis Islam. Para pelaku usaha kuliner di Desa Bebekan hanya menggunakan pelayanan sesuai dengan apa yang mereka lihat dan yang dirasakan pada pelaku usaha lainnya tanpa mengetahui indikator etika pelayanan dalam Islam yang baik dan benar.

Penghasilan para pelaku UMKM kuliner saat ini mengalami kenaikan dan penurunan, salah satu faktor yang menyebabkan penurunannya yakni kurang memperhatikan aspek pelayanan prima dalam meningkatkan daya saing usaha yang konsisten dan terus menerus. Para pelaku usaha lebih fokus dengan inovasi dan citra rasa yang ditawarkan tanpa memikirkan aspek lain untuk meningkatkan daya saing usaha serta terdapat pemikiran dari beberapa pelaku usaha bahwa hanya pelaku usaha yang mempunyai modal yang besar saja yang bisa memenangkan daya saing usaha.

Dari hasil wawancara dan observasi langsung kepada informan tentang pelayanan prima perspektif etika bisnis Islam dalam meningkatkan daya saing usaha diperoleh data bahwa, menurut Maulidia Risma (2019) Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Kualitas etika pelayanan Islam yang diterapkan pada pelaku usaha kuliner di Desa

Bebekian berbagai macam kelebihan dan kekurangan. Dan hal ini merupakan salah satu faktor yang melatar belakangi perbedaan omset penjualan antar sesama pelaku usaha kuliner di Desa Bebekian.

Terdapat tipe pelanggan yang memperhatikan dan lebih memilih membeli produk kuliner di tempat yang memiliki etika pelayanan yang baik dan benar dibandingkan harus membeli produk di UMKM kuliner lainnya yang etika pelayanannya kurang. Dan para pelanggan berani membeli produk kuliner yang memiliki harga sedikit lebih tinggi dengan etika pelayanan yang baik dan benar dibandingkan harus membeli produk dengan harga yang standart tetapi dengan kualitas pelayanan yang kurang pada produk sejenis. Selain dapat meningkatkan omset pendapatan, pelaksanaan etika pelayanan Islam juga dapat menjadikan pelanggan menjadi loyal terhadap usaha yang sedang dijalankan, karena dalam etika pelayanan Islam juga terdapat tatacara yang benar dalam memperlakukan pelanggan dengan baik dan sopan sehingga pelanggan akan terus memilih usaha kita dibandingkan usaha orang lain, hal ini juga bisa diartikan dapat memenangkan dan meningkatkan daya saing usaha

Pengukuran daya saing bisa dilihat melalui berbagai perspektif, menurut Gal (2010) peningkatan daya saing suatu usaha dapat dilihat dari hasil kinerja, namun, dari sudut pandang koprehensif daya saing dapat diukur dari pengaruhnya sampai hasil akhir yang sudah dicapai. Menurut Tulus Tambun (2021) indikator dalam meningkatkan daya

saing yakni dengan melakukan pelayanan yang prima. Menurut Buckley et al (1998) daya saing dianggap suatu proses yang berkelanjutan, tidak hanya tentang kinerja yang dihasilkan tetapi juga proses yang dilakukan. Proses yang dilakukan pelaku UMKM kuliner di Desa Bebekan belum semuanya memperhatikan indikator pelayanan prima perspektif etika bisnis Islam sehingga masih banyak terdapat pelaku usaha kuliner yang sulit dalam meningkatkan daya saing.

Perbedaan omset pendapatan juga dirasakan oleh UMKM kuliner milik Arinta Hana, Bapak Purwanto, Ibu Eva, dan Ibu Karmi pada bisnis UMKM kuliner yang dijalankan. Pembinaan dilakukan oleh beberapa pelaku usaha tersebut setelah mendapat kritik dan saran dari para pelanggannya, meskipun belum bisa memenuhi semua indikator etika pelayanan prima tetapi perlahan omset mengalami kenaikan dan pertambahannya pelanggan pelanggan baru serta bertambahnya pelanggan yang loyal terhadap bisnis kuliner yang dijalankan.

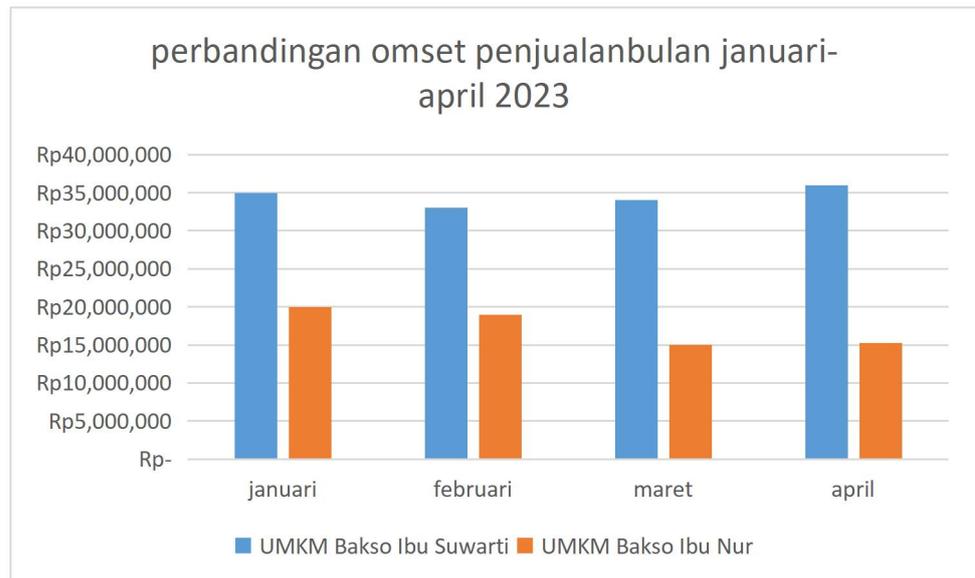
Penerapan etika pelayanan Islam pada UMKM kuliner Bebekan yang berdampak langsung terhadap daya saing salah satunya yakni pada UMKM kuliner bakso dan mie ayam milik Bapak Sunar, Menurut Rafidah (2019) Kepercayaan merek, promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. hasil kinerja mengenai pelayanan yang diberikan bapak Sunar dan karyawan hampir sempurna terhadap etika pelayanan Islam yang diberikan kepada

pelanggan, UMKM kuliner bakso dan mie ayam Bapak Sunar selalu konsisten menerapkan etika pelayanan Islam dan terus berbenah diri dalam hal etika pelayanan dan produk yang dihasilkan. Pendapatan atau omset perhari yang didapatkan Bapak Sunar setelah melakukan etika pelayanan Islam mengalami kenaikan dibandingkan sebelum memperhatikan indikator etika pelayanan Islam.

Selain UMKM kuliner milik Bapak Sunar terdapat juga UMKM kuliner yang menjual nasi dengan berbagai lauk yang dimiliki oleh Arinta Hana. dalam melakukan pelayanan Arinta Hana mencoba terus berkonsisten memberikan etika pelayanan Islam yang baik dan benar, dengan cara memakai pakaian yang sopan dan menggunakan bahasa yang sopan dan baku (tidak menggunakan bahasa sehari-hari), meskipun masih terdapat beberapa indikator etika pelayanan Islam yang belum dilakukan, tetapi, Arinta Hana mengaku bahwa terdapat perbedaan omset setiap harinya dari hasil menjaga kualitas produknya dan menerapkan etika pelayanan Islam dibandingkan dulu yang hanya

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

memperhatikan kualitas produk kuliner yang dihasilkan saja.

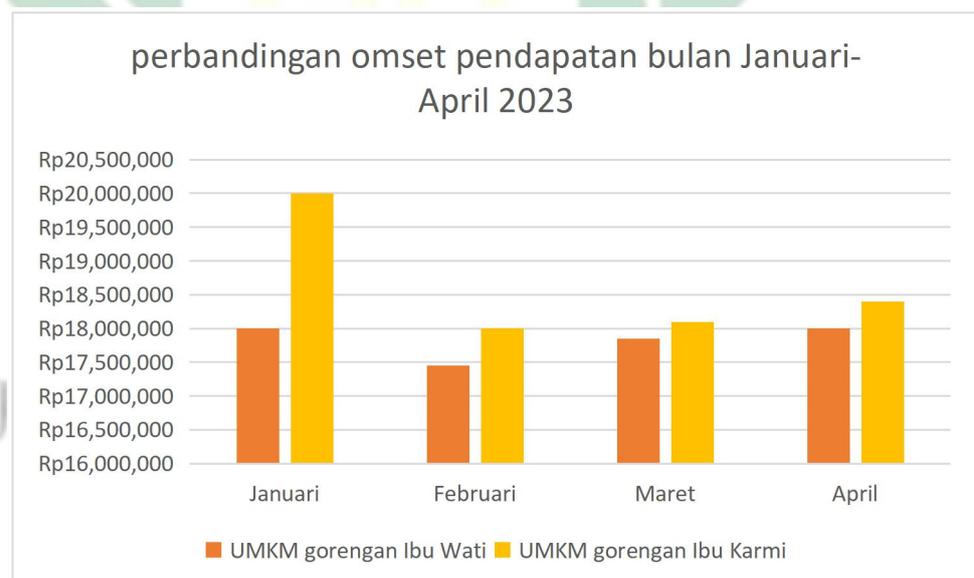


Gambar 4.2 perbandingan omset pendapatan UMKM Bakso. Sumber wawancara

Dari hasil observasi dan wawancara menyeluruh kepada pelaku UMKM kuliner ditemukan bahwa terhadap ketimpangan jumlah pelanggan kepada pelaku UMKM kuliner yang memiliki produk kuliner yang sama tetapi dengan kualitas etika pelayanan yang berbeda. Contohnya yakni terdapat pada UMKM kuliner dengan menjual bakso antara Ibu Nur dan Ibu Suwarni. Etika yang diterapkan Ibu Nur dalam berjualan sangat kurang dalam hal penampilan, bahasa yang digunakan, dan komunikasi kepada pelanggan yang masih kurang diperhatikan dan dilaksanakan dengan baik dan benar.

Berbeda halnya dengan Ibu Suwarni yang selalu berkomunikasi kepada pelanggan dengan ramah dan menggunakan pakaian yang rapi, bersih dan sopan. Meskipun sama-sama kurang merawat fasilitas

penunjang berupa tempat usaha, dan lokasi usahanya juga masih satu kawasan rukun tetangga. tetapi, UMKM kuliner bakso milik Ibu Suwarni lebih banyak pelanggannya dibandingkan UMKM milik Ibu Nur. Penjualan perhari yang dilakukan Ibu Suwarni rata-rata yakni 350 mangkok sedangkan Ibu Nur hanya menjual 89 mangkok. Dari hasil wawancara acak yang dilakukan kepada pelanggan Ibu Suwarni, ditemukan data bahwa terdapat pelanggan yang lebih memilih membeli kuliner di Ibu Suwarni dibandingkan yang lain, karena etika pelayanan yang diterapkan sudah cukup baik dan sudah menggait empati para pelanggan.



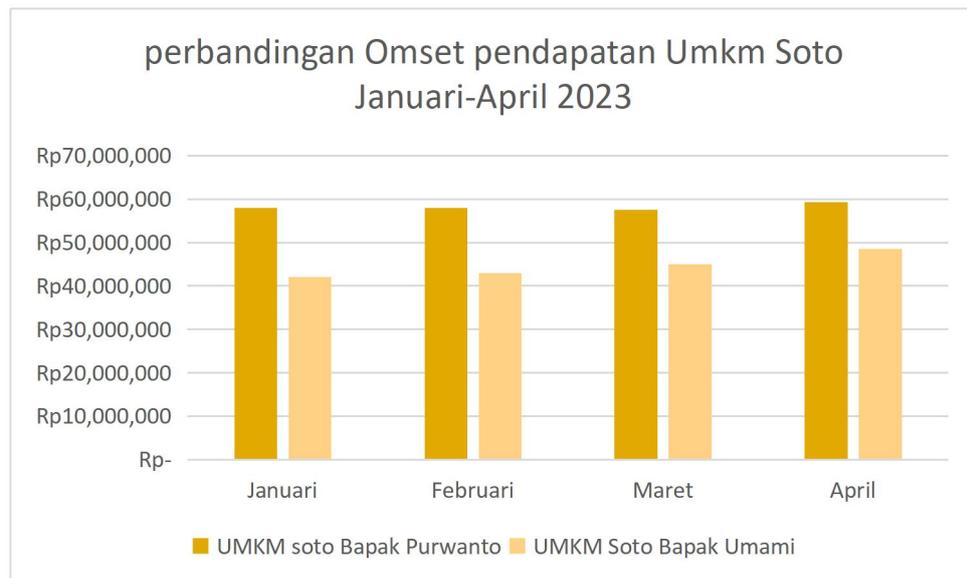
Gambar 4.3 perbandingan omset pendapatan UMKM gorengan- sumber wawancara

Perbedaan omset dan jumlah pelanggan yang datang setiap harinya juga dirasakan oleh pelaku UMKM gorengan yakni antara Ibu Karmi dengan Ibu Wati. Perbedaan perilaku etika pelayanan diantara

keduanya merupakan salah satu faktor yang menjadikan perbedaan omset dan jumlah pelanggan yang setiap harinya bertransaksi pada tempat usaha. Etika pelayanan yang diberikan Ibu Karmi kepada pelanggan dengan selalu berkomunikasi kepada pelanggan dengan baik dan sopan. Serta Ibu Karmi selalu menerima kritikan, saran dan mengidentifikasi masalah yang timbul dengan cepat dan tepat.

Fasilitas yang dimiliki Ibu karmi yakni Rombong, dan tempat duduk bagi pelanggan. Sedangkan Etika pelayanan Islam yang diberikan Ibu Wati yakni kurang memperhatikan aspek *tangibless* (Bukti fisik). Dan kurang responsif kepada keinginan dan keperluan dari pelanggan dan fasilitas tempat duduk bagi pelanggan juga tidak tersedia pada tempat usaha Ibu Wati. Hasil penjualan olahan kuliner gorengan Ibu Karmi yakni mencapai 300 gorengan perhari. Sedangkan, Ibu Wati hanya menjual rata-rata 255 gorengan perhari. Meskipun letak temoat usaha keduanya juga masih dalam satu rukun tetanggan (RT).

Dari wawancara beberapa pelanggan Ibu Karmi kenapa lebih memilih UMKM Ibu Karmi dibandingkan UMKM Ibu Wati salah satu penyebabnya yakni etika pelayanan yang diberikan Ibu Karmi sedikit lebih baik dibandingkan Ibu Wati.



perbandingan omset UMKM Soto- Sumber wawancara

Perbedaan omset penjualan dan pelanggan yang datang setiap harinya juga terjadi pada UMKM penjual soto. UMKM kuliner milik Bapak Purwanto dan Bapak Umami juga mengalami perbedaan omset pendapatan rata-rata perharinya. Etika pelayanan Islam yang dilakukan oleh Bapak Purwanto dalam usahanya yakni dengan responsive, memberikan kenyamanan kepada pelanggan dan berkomunikasi dengan baik. Sedangkan etika pelayanan Islamyang diterapkan oleh Bapak Umami kurang sigap apabila terdapat konsumen serta kurangnya memperhatikan lokasi usaha dan pakaian yang digunakan juga kurang sopan.

Penjualan yang dilakukan oleh Bapak Purwanto rata-rata 350 mangkok perharinya sedangkan Bapak Umami hanya menjual 250 mangkok setiap harinya. Keberadaan tempat usahanya juga bisa dibbilang tidak terlalu jauh antara keduanya. Dari wawancara kepada

pelanggan Bapak Purwanto selaku yang mempunyai pelanggan lebih baik. Hal yang mendasari pelanggan memilih UMKM Bapak Purwanto selain dari citra rasanya yakni etika pelayanan Islam yang diterapkan sudah mendapatkan empati dari pelanggan.

4.4 Pembahasan

4.4.1 Pelayanan Prima Perspektif Etika Bisnis Islam pada UMKM kuliner Desa Bebekan

Etika pelayanan Islam yang diterapkan pada UMKM kuliner di Desa Bebekan yang didasarkan pada beberapa teori tentang pelayanan Islam. diperoleh yakni terdapat banyak pelaku usaha kuliner yang masih belum melakukan indikator etika pelayanan Islam dengan sempurna. Penjabaran indikator tersebut sebagai berikut:

1. Sikap (*Attitude*)

Sikap kepada pelanggan yang dilakukan bapak sunar sudah baik yakni dengan berkomunikasi dengan sopan dan baik serta jujur dan memakai pakaian yang sopan, bersih dan rapi. Begitu pula hal yang dilakukan oleh Ibu Naziah sudah bisa dikatakan cukup baik dari segi sikap kepada pelayanan. Cuma terkadang pegawainya yang kurang ramah dan intraktif kepada pelanggan. Sikap yang dilakukan Ibu Sukarmi juga sudah baik terbukti dari

cara berkomunikasi yang baik kepada semua pelanggannya dan berpakaian yang sopan.

UMKM kuliner milik Arinta Hana dalam hal sikap yang diberikan kepada pelanggan juga sudah baik, hal ini didasari dari sikap yang diperlakukan Arinta Hana kepada pelanggan. Pelayanan yang diberikan Bapak Yusman juga bisa dikatakan baik dikarenakan sudah menjaga sikap yang baik kepada pelanggan berupa komunikasi yang baik dan memakai pakaian yang baik juga. UMKM kuliner milik Ibu Lilik juga bisa dikatakan baik karena sudah menjaga sikap menghormati kepada pelanggan dengan ramah dan sopan serta memakai pakaian yang bersih, sopan dan rapi.

UMKM kue basah milik Ibu Sukamti juga sudah baik bila berada di tempat usahanya tetapi kurang pada saat dirumahnya dikarenakan terdapat pelanggan yang berkunjung kerumahnya.

UMKM kuliner milik Ibu Maskinah juga dianggap sudah baik, hal ini dikarenakan sudah menjaga sikap yang sopan dan baik kepada pelanggan. UMKM soto milik Bapak Purwanto juga bisa dibilang baik dikarenakan sudah menjaga sikap yang sopan dan baik kepada pelanggan. Begitupula UMKM milik Ibu Eva yang selalu menjaga sikap yang baik kepada pelanggannya.

2. Tanggung jawab (*Accountability*)

Kepercayaan dan tanggung jawab yang dilakukan oleh Bapak Sunar sebagai penjual bakso dan mie ayam sudah bisa dikatakan sempurna kepada pelanggan, Bapak Sunar selalu memberikan potongan harga kepada para pelanggan yang membeli produk kulinernya dengan jumlah yang banyak dan selalu jujur terhadap transaksi yang digunakan. langkah-langkah tersebut sudah mencerminkan etika bisnis Islam mengenai *reability* menurut Muh dan Nur (2021) dan Menurut Lupiyoadi (2001) karena sudah menjalankan seluruh indikator *reability* mulai dari kejujuran dalam berdagang, menepati janji, dan memberikan kepercayaan kepada pelanggan melalui kritik dan saran yang disampaikan pelanggan.

Pelayanan yang diberikan Ibu Naziah kepada pelanggan yakni dengan selalu jujur dalam hal transaksi dan takaran bahan baku serta, menepati janji dengan memberikan potongan harga kepada pelanggan apabila membeli dengan jumlah yang banyak. Ibu Naziah juga selalu menerima kritik dan saran dari pelanggan dengan baik. Dengan berlandaskan kepada teori dan pendapat para ahli langkah-langkah yang dilakukan Ibu naziah dan Karyawan sudah sesuai dengan penerepan nilai *reability* dalam pelayanan. Hal ini dibuktikan dengan selalu menepati janji kepada konsumen, menerima kritik dan saran, berlaku jujur, dan mendengarkan keluhan dari para pelangganya.

Etika pelayanan UMKM kuliner Ibu Karmi sudah berlaku jujur yakni dengan memberikan bonus atau tamhan apabila membeli dengan jumlah yang banyak sesuai dengan apa yang diucapkan Ibu Karmi. Selain itu, UMKM kuliner milik Ibu Karmi selalu menerima kritik dan saran dari para pelanggan. Dengan berlandaskan kepada teori atau pendapat Muh dan Nur (2021) dan Menurut Lupiyoadi (2001). Langkah-langkah yang dilakukan Ibu Karmi dan Karyawan sudah sesuai dengan penerepan nilai *reability* dalam pelayanan meskipun belum 100% dalam menjalankan aspek *reability* dalam pelayanan. Karena masih terdapat kekurangan seperti kurangnya berlaku jujur dalam jam buka dan tutup toko dengan tidak memberikan tulisan dan tidak pastinya jam buka dan tutup pada tempat UMKM gorengan milik Ibu Karmi.

Etika pelayanan yang diberikan Arinta Hana dan karyawan mengenai *reability* yakni selalu menempati janji kepada pelanggan dengan memberikan potongan harga apabila membeli dengan jumlah yang banyak sesuai apa yang dikatakan. Arinta Hana dan Karyawan selalu menerima kritik dan saran dari para pelanggan dan selalu berbuat jujur terhadap pertanyaan-pertanyaan dari pelanggan. Dengan berlandaskan teori dan pendapat Muh dan Nur (2021) dan Menurut Lupiyoadi (2001). Langkah-langkah yang dilakukan Arinta Hana dan Karyawan

sudah sesuai dengan penerepan nilai *reability* dalam pelayanan. hal ini dibuktika dengan sudah menempati janji kepada pelanggan, berlaku jujur, menanyakan kebutuhan pelanggan dan mendengarkan dan mencari jalan keluar terkait kritik dan saran yang diberikan pelanggan.

Etika pelayanan Islam yang diberikan Bapak Yusman yang berjualan bubur suro dalam hal *realibiity* yang dengan menempati janji kepada pelanggan dengan memberikan potongan harga apabila membeli atau memesan dengan jumlah yang banyak. Dan jujur kepada pelanggan terkait bahan baku dan transaksi kepada pelanggan. Dan selalu menerima kritik dan saran dari pelanggan. Hal ini menyatakan bahwa Bapak Yusman sudah baik dalam hal *reability* menurut Muh dan Nur (2021) dan Menurut Lupiyoadi (2001) karena telah menempati janji dan berkata jujur serta menerima kritik dan saran dari pelanggan.

Etika pelayanan Islam yang diberikan Ibu Sukamti yang berjualan kue basah dan kering kepada pelanggan yakni dengan memberikan bonus kepada pelanggan apabila membeli atau memesan kue basah dan kering dengan jumlah yang banyak sesuai yang pernah diucapkanya, serta Ibu Sukamti sudah jujur kepada pelanggan bahwa kue basah dan kering hasil produksinya tidak bisa bertahan lama karena tidak memakai bahan pengawet serta, Ibu Sukamti selalu menerima kritik dan saran dengan baik.

Dengan berlandaskan teori dari Muh dan Nur (2021) dan Menurut Lupiyoadi (2001). Hal yang dilakukan Ibu Sukamti sudah baik dalam hal *realibility* kepada pelanggan dengan menepati janji dan berlaku jujur serta menerima kritik dan saran dari pelanggan.

Etika pelayanan Islam yang diterapkan Ibu Maskinah yang berjualan bubur ayam dalam hal *realibility* yakni dengan melaksanakan janji yang sudah diucapkan kepada pelanggan yakni apabila pelanggan membeli dengan jumlah yang banyak maka akan diberikan potongan harga dan Ibu Maskinah juga selalu jujur kepada pelanggan apabila pelanggan menanyakan bahan baku ataupun yang lain yang berkaitan dengan bisnis UMKM kulinernya serta ibu Maskinah selalu menerima kritik dan saran dari para pelangganya. Oleh sebab itu tindakan yang dilakukan Ibu Maskinah dalam *realibility* sudah baik sesuai dengan pendapat Muh dan Nur (2021) dan Menurut Lupiyoadi (2001) yakni dengan memenuhi janji dan berkata dan bersifat jujur kepada pelanggan.

Etika pelayanan Islam yang diberikan yang diberikan Bapak Purwanto dalam hal *realibility* yakni dengan selalu memberikan potongan harga kepada pelanggan sesuai yang pernah diucapkannya, selalu menerima kritikan dan saran dari pelanggan dan selalu jujur terhadap transaksi dan bahan baku yang digunakan dalam berdagang. Etika pelayanan yang

diterapkan Bapak purwanto sudah sesuai dengan teori atau pendapat dari Muh dan Nur (2021) dan Menurut Lupiyoadi (2001) yakni pelayanan dalam hal *realibility* harus jujur, menerima kritik dan saran, dan menepati janji yang telah diucapkan.

Etika pelayanan Islam yang diterapkan Ibu Eva yang berjualan nasi bebek yakni dengan selalu menepati janji dengan selalu memberikan potongan harga kepada pelanggan apabila membeli dan memesan dengan jumlah yang banyak. Dan selalu memberikan pengertian kepada pelanggan dengan menerima kritik dan saran dari pelanggan dan selalu berbuat jujur kepada pelanggan. Tindakan yang dilakukan Ibu Eva dalam hal *realibility* sudah bagus menurut teori atau pendapat dari Muh dan Nur (2021) dan Menurut Lupiyoadi (2001) dengan menerima kritik dan saran dengan baik, mengerti permintaan pelanggan, berlaku jujur, dan menepati janji.

3. Tindakan (*Action*)

Etika pelayanan Islam yang diterapkan Bapak Sunar dalam usahanya mengenai daya tanggap dan tindakan yakni berupa selalu menyambut pelanggan dengan ramah dan menanyakan keperluan dari para pelanggan serta mempersilahkan para pelanggan untuk duduk pada tempat yang sudah disediakan. Selalu melayani dengan cepat dan tepat merupakan pelayan yang diterapkan Bapak Sunar dan karyawan. Cepat dalam

menyelesaikan masalah yang timbul dan selalu meminta pendapat atau bertanya kepada pelanggan apa yang kurang dan yang diinginkan pelanggan mengenai usahanya.

Dengan berpatokan kepada pendapat para ahli mengenai *responsiveness*, langkah-langkah yang dilakukan bapak Sunar dan Karyawan sudah sesuai dengan penerepan nilai *responsiveness* dalam pelayanan. hal ini dibuktikan dengan sudah melakukannya indikator terkait *responsiveness* menurut Tjiptono (2006) dan Barata (2003) dalam Etika pelayanan Islam yang meliputi melayani pelanggan dengan cepat dan tepat, menyampaikan informasi dengan jelas dan sopan, menyelesaikan masalah yang timbul dan mengerti apa yang dibutuhkan para pelanggan.

Etika pelayanan Islam yang diterapkan Ibu Naziah dalam hal *responsiveness* yakni dengan sigap apabila terdapat panggilan atau bel dari pelanggan apabila terdapat pelanggan membeli produk kulinernya, keberadaan Ibu Naziah dan Karyawan yang tidak selalu berada di depan merupakan salah satu penghambat daya tanggap dalam melayani pelanggan. Meskipun begitu Ibu Naziah juga tidak jaang menanyakan kepada pelanggan pendapat mengenai olahannya dan meminta saran kepada pelanggan hal apa yang diinginkan pra pelanggan untuk kedepannya. Sesuai dengan teori Tjiptono (2006) dan Barata (2003) mengenai *responsiveness* bahwa etika pelayanan yang diterapkan Ibu Naziah dan karyawan

dirasa kurang tanggap apabila terdapat pelanggan yang membeli produk kulinernya.

Etika pelayanan Islam yang diterapkan Ibu Karmi dan karyawan mengenai *Responsiveness* yakni dengan menyambut pelanggan dengan ramah dan selalu menanyakan keperluan dan keinginan para pelanggan dan selalu menyelesaikan masalah dengan secepat mungkin apabila terdapat masalah yang timbul serta tidak jarang untuk menanyakan kepada beberapa pelanggan mengenai kekurangan usahanya dan hal apa yang diinginkan para pelanggan. Dengan berlandaskan kepada teori Tjiptono (2006) dan Barata (2003). Langkah-langkah yang sudah diterapkan oleh ibu Karmi dalam usaha UMKM kulinernya dirasa cukup baik dalam indikator *responsiveness*.

Etika Pelayanan Islam yang diterapkan Arinta Hana dan karyawan dalam hal *responsiveness* yakni dengan menanyakan kepada pelanggan keperluan dan keinginan para pelanggan pada saat pelanggan masuk ke tempat usahanya. Arinta Hana dan karyawan juga selalu menyelesaikan masalah yang timbul dan menanyakan kekurangan serta kebutuhan para pelanggan. Langkah-langkah yang sudah diterapkan Arinta Hana dan karyawan dirasa sudah cukup memenuhi indikator *responsiveness* dalam hal pelayanan sesuai dengan yang disampaikan Tjiptono (2006) dan Barata (2003). hal ini karena, UMKM kuliner Nasi

milik Arinta Hana ini sudah menyampaikan informasi dengan jelas, sigap terhadap pelanggan, mengerti dan selalu menanyakan apa yang diinginkan pelanggan.

Etika pelayanan Islam yang diberikan Bapak Yusman yang berjualan bubur suro dalam hal *responsiveness* yakni dengan selalu sigap terhadap pelanggan yang datang dan langsung menanyakan keperluan dan keinginan para pelanggan. Dalam memproses pesanan pelanggan Bapak Yusman dan karyawan selalu cepat dan tepat. Menurut Tjiptono (2006) dan Barata (2003) tindakan yang dilakukan oleh Bapak Yusman dan Karyawan sudah sesuai dengan teori. Yakni dengan memberikan kesigapan dan menawarkan keperluan dan keinginan kepada pelanggan secara cepat dan tepat.

Etika pelayanan Islam yang diterapkan Ibu Lilik dan karyawan yang berjualan nasi pecel dalam hal *responsiveness* yakni dengan selalu sigap apabila terdapat pelanggan yang dapat dan selalu menanyakan keperluan dan keinginan pelanggan dengan ramah dan secara cepat dan tepat memproses pesanan dari pelanggan. Pelayanan yang diterapkan Ibu Lilik dan karyawan dalam hal *responsiveness* sudah baik menurut Tjiptono (2006) dan Barata (2003) walaupun, jika terjadi pesanan yang banyak belum bisa maksimal dikarenakan keterbatasan tenaga kerja.

Etika pelayanan Islam yang diterapkan Ibu Sukamti dan karyawan dalam hal *responsiveness* yakni dengan apabila terdapat telepon dari pelanggan maka Ibu Sukamti sigap dalam mengangkatnya dengan menggunakan bahasa yang sopan dan ramah serta Ibu Sukamti beserta karyawan dengan sigap dan tepat memproses pesanan dari para pelanggannya. Pelayanan yang diberikan Ibu Sukamti dan karyawan sudah baik menurut Tjiptono (2006) dan Barata (2003).

Etika pelayanan Islam yang diterapkan Ibu Maskinah dan karyawan dalam usaha kuliner bubur ayam yakni dengan selalu sigap apabila terdapat pelanggan yang datang dan selalu menawarkan dengan ramah keperluan dan keinginan pelanggan serta dengan cepat dan tepat dalam memproses pesanan dari pelanggan. Pelayanan yang diberikan Ibu Maskinah dalam hal *responsiveness* sudah baik menurut Tjiptono (2006) dan Barata (2003) yakni dengan kesiapan dalam membantu dan menawarkan keinginan pelanggan dan sikap cepat serta tanggap.

Etika pelayanan yang diberikan Bapak Purwanto dan karyawan yang berjualan soto dalam hal *responsiveness* yakni dengan selalu sigap menawarkan bantuan terkait keinginan dan keperluan pelanggan dengan bahasa yang baik dan sopan serta dengan sigap dalam memproses pesanan dari para pelanggan. Etika pelayanan yang diterapkan Bapak Purwanto dan karyawan

dalam hal *responsiveness* sudah bagus. Hal ini juga sudah sesuai dengan teori atau pernyataan Tjiptono (2006) dan Barata (2003).

Etika pelayanan Islam yang diberikan Ibu Eva dan karyawan dalam hal *responsiveness* yakni dengan selalu sigap terhadap pelanggan yang datang dan menanyakan keperluan dan keinginannya dengan bahasa yang baik dan bagus. Ibu Eva dan karyawan juga dengan sigap memproses pesanan pelanggan dengan cepat dan tepat. Etika pelayanan yang diberikan Ibu Eva dan karyawan dalam hal *responsiveness* sudah baik dan hal tersebut juga sudah sesuai dengan teori dari Tjiptono (2006) dan Barata (2003)

4. Kemampuan (*Ability*)

Etika pelayanan Islam yang diterapkan Bapak Sunar dan karyawan dalam melayani pelanggan dalam hal kemampuan atau *Assurance* yakni dengan menjamin semua bahan baku yang digunakan merupakan bahan baku yang baik, bagus dan tidak mengandung bahan kimia yang berbahaya. Selain itu, Bapak Sunar dan Karyawan selalu menjamin citra rasa kuliner yang di jajan kepada pelanggan. Selalu menerapkan sifat yang dapat dipercaya pada semua hal merupakan kaidah yang selalu dipegang Bapak Sunar dan para karyawan. Langkah-langkah yang telah diterapkan bapak Sunar dalam indikator *assurance* dirasa cukup baik dengan selalu menjalankan aspek-aspek seperti

menerapkan kemampuan, kesopanan, pengetahuan dan sifat yang dapat dipercaya dalam hal pelayanan, dan memberikan jaminan mutu dalam hal produksi.

Etika pelayanan Islam yang diterapkan Ibu Naziah dan karyawan dalam melayani pelanggan dalam hal *assurance* yakni dengan menjamin menggunakan bahan baku yang berkualitas baik bagus dan bersih serta tidak mengandung bahan kimia yang berbahaya. Serta memberikan jaminan citra rasa yang dipesan oleh pelanggan sesuai dengan pesanan. Dengan berlandaskan kepada pendapat dan teori Iqbal dan Mirakhor (2015) serta Zeitmal dan Bitner yang dikutip dari Fandi dan Tjiptono (2002). Langkah-langkah yang diambil Ibu Naziah dalam hal *assurance* dirasa cukup baik.

Etika pelayanan Islam yang diberikan Ibu Karmi dan karyawan dalam hal *assurance* yakni dengan memberikan jaminan terhadap kualitas olahan kuliner yang diperjual belikan kepada pelanggan tidak mengandung bahan-bahan yang berbahaya dan tidak mengandung kecacatan citra rasa sesuai dengan standart citra rasa yang dimiliki Ibu Karmi. Dengan berlandaskan kepada teori dan pendapat Iqbal dan Mirakhor (2015) serta Zeitmal dan Bitner yang dikutip dari Fandi dan Tjiptono (2002). Langkah-langkah yang diterapkan Ibu karmi dan karyawan dirasa cukup baik dalam indikator *assurance* karena

sudah menjamin kualitas kuliner yang dihasilkan dan kualitas citra rasa yang sesuai standart.

Etika pelayanan Islam dalam hal *assurance* yang dilakukan Arinta Hana dan karyawan yakni dengan memberikan jaminan mutu yang baik kepada pelanggan terhadap olahan kuliner yang dijual belikan tidak mengandung bahan baku yang berbahaya. Selain itu, Arinta Hana dan karyawan juga menjamin kualitas citra rasa yang diberikan sesuai dengan standart. Langkah-langkah yang diterapkan Arinta Hana beserta karyawan sudah cukup Baik dalam hal *assurance* hal ini dikarenakan Arinta Hana dan Karyawan menjamin produk kuliner yang dijual belikan sudah baik bersih, dan tidak mengandung barang yang berbahaya bagi kesehatan serta jaminan citra rasa yang baik dan sesuai standart.

Etika pelayanan yang diberikan Bapak Yusman dan karyawan dalam hal *assurance* yakni dengan selalu memberikan takaran yang sama kepada pelanggan tanpa membedakan setiap harinya, tetapi bila terdapat pemesanan dengan jumlah yang banyak masih ditemukan jumlah takaran yang berbeda tetapi dengan jumlah sedikit. Jaminan bahan baku yang tidak mengandung barang beracun dan berbahaya bagi tubuh serta dengan jaminan citra rasa yang sesuai pesanan merupakan prinsip yang dipegang Bapak Yusman dan karyawan. Oleh sebab itu,

etika pelayanan yang diberikan sudah baik meskipun belum bisa maksimal 100% tetapi sudah banyak memenuhi syarat dan ketentuan sesuai dengan teori atau pendapat dari Iqbal dan Mirakhor (2015) serta Zeitmal dan Bitner yang dikutip dari Fandi dan Tjiptono (2002).

Etika pelayanan Islam yang diterapkan Ibu lilik dan karyawan dalam hal jaminan yakni dengan selalu memberikan jaminan barang baku yang bermutu dan bagus serta tidak mengandung bahan baku yang berbahaya bagi tubuh, Jaminan dalam hal citra rasa yang sesuai standart dan pesanan pelanggan serta jaminan dari rasa keraguan-raguan terkait hal apapun baik hal bahan baku maupun tempat usaha. Etika pelayanan yang diterapkan Ibu lilik dan karyawan sudah sesuai dengan pendapat Iqbal dan Mirakhor (2015) serta Zeitmal dan Bitner yang dikutip dari Fandi dan Tjiptono (2002) tentang *assurance*.

Etika pelayanan Islam yang diterapkan pada usaha kue basah dan kering milik Ibu Sukamti dalam hal *assurance* yakni dengan memberikan jaminan halal dan mutu yang bagus serta tidak membahayakan bagi tubuh dan kandungan atau bahan baku yang digunakan aman bagi kesehatan tubuh. Ibu Sukamti dan karyawan selalu memperhatikan bahan baku yang digunakan agar citra rasa yang dihasilkan sesuai dengan pesanan dan standart usaha. Oleh karena itu pelayanan yang diberikan Ibu Sukamti dan

karyawan dalam hal *assurance* sudah baik sesuai dengan pendapat atau teori dari Iqbal dan Mirakhor (2015) serta Zeitmal dan Bitner yang dikutip dari Fandi dan Tjiptono (2002) tentang *assurance*.

Etika pelayanan Islam yang diterapkan pada usaha bubur ayam milik Ibu Maskinah dalam hal *assurance* yaitu dengan selalu memeberikan produk olahanya sesuai dengan standart dan jaminan rasa yang sama pada setiap produk yang dihasilkan tiap harinya. Ibu Maskinah dan karyawan selalu membuat bubur dari bahan baku yang bagus, halal dan layak dikonsumsi manusia agar para pelanggan terlepas dari rasa was-was. Oleh karena itu etika yang diberikan Ibu Maskinah dan karyawan sudah cukup bagus meskipun masih terdapat kewas-wasan terhadap kebersihan.

Etika pelayanan yang diterapkan Bapak Purwanto dalam hal *assurance* yakni dengan cara selalu memberikan citra rasa yang sama setiap harinya, memberikan jaminan bahan baku yang digunakan merupakan bukan baku yang halal dan tidak membahayakan tubuh dan menghindari dari was-was pelanggan yakni dengan cara selalu memperhatikan seluruh aspek produksi dengan teliti dan baik. Hal tersebut sudah baik dan sesuai dengan pendapat atau teori dari Iqbal dan Mirakhor (2015) serta Zeitmal dan Bitner yang dikutip dari Fandi dan Tjiptono (2002) tentang *assurance*.

Etika pelayanan Islam yang diterapkan Ibu Eva dan karyawan dalam usahanya yakni dengan selalu memperhatikan aspek menyembelihan dengan baik, benar, dan halal agar para pelanggan terhindar dari rasa was-was dan menjamin citra rasa yang diproduksi serta bahan baku pengolahan bebek yang baik dan bagus. Pelayanan yang diberikan dalam hal *assurance* yang berlandaskan Iqbal dan Mirakhor (2015) serta Zeitmal dan Bitner yang dikutip dari Fandi dan Tjiptono (2002) sudah baik.

5. Perhatian (*Attention*)

Etika pelayanan Islam yang diterapkan Bapak Sunar dan Karyawan dan hal empati meliputi selalu menanyakan hal apa yang dibutuhkan pelanggan dengan bahasa yang baik dan sopan, tidak memotong pembicaraan, dan bila terjadi masalah seminimal mungkin menjauhi perdebatan serta tidak memalingkan wajah lawan bicaranya apabila diajak berkomunikasi. Mengerti dan menanyakan kepada pelanggan mengenai kekurangan dan hal apa yang dibutuhkan pelanggan. Dengan berlandaskan tentang teori empati hal yang dilakukan Bapak Sunar dan karyawan sudah sesuai dengan pendapat teori dan pendapat Rasulullah dikutip dalam buku Hafidz (2019) dan Menurut Barata (2003). yakni dengan berkomunikasi dengan pelanggan menggunakan bahasa yang baik, sopan, tidak memotong pembicaraan, tidak

memalingkan wajah, menghindari perdebatan dan mengerti dan menarkan apa yang dibutuhkan pelanggan.

Etika pelayanan Islam yang diberikan Ibu Naziah dan karyawan dalam hal empati meliputi berkomunikasi dengan bahasa yang baik, tetapi dengan lantunan nada dan kejelasan suara yang masih dianggap kurang oleh pelanggan barunya. Ibu Naziah dan karyawan selalu menghindari perdebatan dan tidak memalingkan wajah ketika diajak berkomunikasi. Pelayanan yang diberikan Ibu Naziah dan Karyawan yang didasarkan teori dari Rosulullah dikutip dalam buku Hafidz (2019) dan Menurut Barata (2003). dirasa kurang mengenai hal empati yang meliputi kurang jelasnya intonasi suara Ibu Naziah, kurang mengerti tentang kebutuhan para pelanggan mengenai pelayanan dan sarana prasarana penunjang lainnya.

Etika pelayanan Islam yang diberikan Ibu Karmi dan karyawan dalam hal empati yakni dengan menyanyakan kepada pelanggannya bantuan ataupun keperluan dari pelanggan. Dalam berkomunikasi kepada pelanggan Ibu Karmi dan karyawan menggunakan bahasa yang baik dan sopan tetapi terkadang karyawannya berkomunikasi dengan pelanggan yang dianggap akrab dengan menggunakan bahasa yang sehari-hari. Tidak memalingkan wajah dan menghindari perdebatan merupakan cara Ibu Karmi dan karyawan dalam menggait empati dari para

pelanggan. Langkah-langkah yang dilakukan Ibu Karmi dan karyawan sudah sesuai dengan teori yang disampaikan Rosulullah dikutip dalam buku Hafidz (2019) dan Menurut Barata (2003) tentang empati dalam berusaha. yakni dengan menggunakan bahasa yang bagus, dan baik dalam berkomunikasi, menghindari perdebatan, tidak memanglingkan wajah dan selalu menawarkan bantuan dan selalu sigap apabila terdapat pelanggan yang memerlukan bantuan.

Etika pelayanan Islam yang diterapkan Arinta Hana dan Karyawan yakni meliputi jika terdapat pelanggan yang datang maka dengan sigap Arinta Hana dan Karyawan menanyakan keperluannya dan keinginannya serta mempersilahkan untuk duduk sambil menunggu pesannya datang. Dalam berkomunikasi Arinta Hana selalu menggunakan bahasa yang baik dan bagus. Tetapi para karyawan terkadang masih menggunakan bahasa sehari-hari dalam berkomunikasi. Langkah langkah yang diterapkan Arinta Hana dan karyawan sudah sesuai dengan teori atau pendapat Rosulullah dikutip dalam buku Hafidz (2019) dan Menurut Barata (2003).

Etika pelayanan Islam yang dilakukan Bapak Yusman dalam hal empati yakni dengan menerapkan bahasa yang sopan dan menyambut pelanggan dengan senyuman dan sapaan. Apabila berkomunikasi dengan pelanggan Bapak Yusman dan karyawan

selalu melihat lawan bicaranya tetapi ketika sedang mengolah banyak pesanan pelanggan lain biasanya Bapak Yusman dan karyawan hanya menjawab saja tanpa melihat wajah lawan bicaranya. Tidak memotong percakapan dan menghindari perdebatan merupakan hal yang biasanya dilakukan oleh Bapak Yusman dan karyawan serta berterimakasih kepada pelanggan apabila selesai membeli produk UMKM nya. Pelayanan yang dilakukan Bapak Yusman dan karyawan sudah bagus dan sesuai dengan teori atau pendapat dari Rosulullah dikutip dalam buku Hafidz (2019) dan Menurut Barata (2003).

Etika pelayanan yang dilakukan oleh Ibu lilik dan karyawan dalam hal empati yakni dengan menyapa pelanggan yang datang dengan sapaan dan senyuman, tidak berbohong kepada pelanggan, melakukan komunikasi apa adanya tidak melebih-lebihkan, menjauhi perdebatan, dan tidak memalingkan wajah ketika berkomunikasi. Hal tersebut sudah baik dan sesuai dengan teori atau pendapat dari Rosulullah dikutip dalam buku Hafidz (2019) dan Menurut Barata (2003) tentang empati.

Etika pelayanan yang dilakukan Ibu Sukanti dan karyawan dalam hal empati meliputi selalu menyambut pelanggan dengan sapaan dan senyuman dan menawarkan keperluan serta keinginan pelanggan. Menjawab pertanyaan pelanggan dengan baik dan sopan serta menghindari perdebatan dan tidak

memalingkan wajah ketika berkomunikasi. berterimakasih kepada pelanggan setelah membeli produk kulinernya. Pelayanan yang diterapkan Ibu Sukamti dan karyawan sudah bagus dan sudah sesuai pendapat atau teori dari Rosulullah dikutip dalam buku Hafidz (2019) dan Menurut Barata (2003) tentang hal-hal yang menyangkut empati dalam etika pelayanan Islam.

Etika pelayanan Islam yang diterapkan oleh Ibu Maskinanh dan karyawan sudah sesuai dengan pendapat atau teori dari Rosulullah dikutip dalam buku Hafidz (2019) dan Menurut Barata (2003). Yakni dengan melakukan sapaan dan senyuman kepada pelanggan yang baru datang, berkomunikasi dengan bahasa yang sopan, baik dan jelas. Dan berterimakasih kepada pelanggan apabila setelah membeli produk kulinernya.

Etika pelayanan Islam yang diterapkan Bapak Purwanto dan karyawan dalam hal empati yakni meliputi berkomunikasi dengan bahasa yang bagus dan sopan, bila tidak seberapa ramai pengunjung Bapak Purwanto dan karyawan menyapa dan senyum kepada pelanggan begitu juga ketika berkomunikasi jika tidak banyak pelanggan Bapak Purwanto selalu melihat wajah lawan bicarannya tetapi jika ramai Bapak Purwanto dan karyawan hanya menjawab saja disambi mengerjakan pesanan yang lain. Dan Bapak Purwanto serta karyawan selalu menjauhi perdebatan dan berterimakasih apabila sesudah membeli produk kulinernya.

pelayanan yang diterapkan Bapak Purwanto sudah cukup baik dengan berlandaskan dengan pendapat dan teori dari Rosulullah dikutip dalam buku Hafidz (2019) dan Menurut Barata (2003).

Etika pelayanan Islam yang dilakukan Ibu Eva dan karyawan sudah sesuai dengan pendapat atau teori dari Rosulullah dikutip dalam buku Hafidz (2019) dan Menurut Barata (2003). Yakni dengan selalu menyapa pelanggan yang datang, menjauhi perdebatan, jujur dalam berkomunikasi, tidak memalingkan wajah ketika berkomunikasi dan berterimakasih bila sudah membeli produk kulinernya.

6. Penampilan (*Appearance*)

Etika pelayanan Islam yang diterapkan Bapak Sunar dan karyawan dalam hal *tengible* yakni dengan cara Bapak Sunar selalu memakai pakaian yang bersih, sopan, menutup aurot, rapi dan wangi begitu pula karyawannya. Tetapi karyawan laki-lakinya terkadang memakai celana pendek yang kurang menutupi aurotnya. Sarana dan prasarana pendukung pelayanan yang dimiliki Bapak Sunar sudah dirawat dengan baik meskipun belum maksimal dalam merawatnya dan dalam hal kebersihan tempat usaha Bapak Sunar dan karyawan selalu membersihkan dengan maksimal walaupun terkadang terdapat banyak pelanggan yang datang di tempat usahanya sehingga kurang maksimal dalam hal kebersihan tempat usahanya. Pelayanan yang dilakukan Bapak

Sunar dan pegawai sudah Sesuai dengan teori dan pendapat Barata (2003) dan Parasuraman (1998). Etika bisnis Islam mengenai *tangibless* meskipun masih terdapat kekurangan.

Etika pelayanan Islam yang diterapkan pada usaha kue basah dan kering milik Ibu Naziah tentang *tangibless* yakni berupa Ibu Naziah dan karyawan terkadang memakai pakaian yang bagus, sopan, bersih dan wangi, tetapi terkadang Ibu Naziah dan karyawan memakai baju yang tidak sesuai dengan kriteria kesopanan dan tidak memakai wewangian. Penataan dan perawatan tempat usaha yang dilakukan Ibu Naziah dan karyawan dianggap kurang rapi dan berserakan sehingga mengurangi minat beli dari para pelanggan. Fasilitas penunjang yang dimiliki Ibu Nazia di rasa kurang pada hal tempat duduk dan penataan fasilitas yang tidak teratur dan rapi juga. Dengan berlandaskan teori dan pendapat Barata (2003) dan Parasuraman (1998). Yang sudah ada UMKM kuliner milik IBU Naziah dirasa sangat kurang tentang bukti fisik dalam pelayanan dikarena masih terdapat banyak faktor yang tidak dilakukan dengan baik dan benar.

Etika pelayanan Islam yang dilakukan Ibu Karmi dalam usaha kuliner yang berkaitan dengan *tangibless* yakni dengan Ibu Karmi selalu memakai pakaian yang rapi, bagus, sopan dan tertutup, tetapi terdapat karyawannya yang menggunakan pakaian yang seadanya saja tanpa memikirkan aspek kesopanan dan

keindahan dalam berusaha. Fasilitas yang dimiliki ibu karmi tidak terlalu terawat dengan baik. Tempat usahanya juga kurang di aspek kebersihannya. Hal ini jika didasarkan pada pendapat atau teori dari Barata (2003) dan Parasuraman (1998) bahwa usaha kuliner milik Ibu Karmi dirasa cukup baik pada hal pakaian yang digunakan tetapi kurang pada perawatan fasilitas yang ada.

Etika pelayan Islam tentang *tangibles* yang diterapkan Arinta Hana pada usaha kulinernya yakni dengan Arinta Hana selalu menggunakan baju yang sopan, bersih, rapi, dan wangi. Tetapi pegawainya menggunakan baju seadanya dan kurang menutup aurat (tidak memakai krudung). Fasilitas yang dimiliki Arinta Hana kurang terawat dan kurang terjaga kebersihan dan keindahan tempat usahanya. Dengan berlandaskan pendapat Barata (2003) dan Parasuraman (1998) tentang *tangibles* maka usaha kuliner milik Arinta Hana sudah tepat dalam berbusana tetapi karyawannya tidak dan kurang juga dalam pemeliharaan fasilitas yang ada.

Etika pelayanan Islam yang diterapkan oleh Bapak Yusman dan karyawan dalam hal *tangibles* yakni dengan memakai pakaian yang rapi dan bersih dan menutup aurat tetapi apabila baru membuka tempat usahanya Bapak Yusman dan karyawan sering memakai clana pendek dan kaos yang kurang baik dilihat oleh pelanggan. Perawatan fasilitas yang dimiliki

Bapak Yusman sudah cukup baik. hal ini dibuktikan dengan selalu membersihkan tempat usahanya sesudah dan sebelum membuka lapak dagangannya, dan selalu memperhatikan kebersihan rombongan yang dimilikinya. Etika pelayanan yang diterapkan oleh Bapak Yusman dan karyawan sudah cukup baik dan sesuai dengan pendapat dan teori dari Barata (2003) dan Parasuraman (1998) tentang *tangibles*.

Etika pelayanan Islam yang diterapkan Ibu Lilik dan pegawainya dalam hal pelayanan yakni dengan memakai busana yang bersih, menutup aurat. Tetapi, terkadang Ibu Lilik menggunakan pakaian yang dirasa kurang rapi dan bagus. Perawatan fasilitas yang dimiliki Ibu Lilik selalu dirawat dengan baik dan bersih. Pelayanan yang dilakukan Ibu Lilik dirasa cukup Baik dalam hal *tangibles* yang berlandaskan teori dan pendapat dari Barata (2003) dan Parasuraman (1998).

Etika pelayanan Islam yang dilakukan oleh Ibu Sukamti dan karyawan dalam hal *tangibles* yakni berupa memakai pakaian yang sopan, bagus, bersih dan menutup aurat bila berada di tempat usahanya. Tetapi, bila dalam memproses kuenya di Rumah Ibu Sukamti dan karyawan hanya memakai pakaian yang sederhana yang kurang rapi dan menutup aurat sedangkan terkadang terdapat pelanggan yang datang kerumah untuk memesan atau membeli produk kulinernya. dalam perawatan

vasilitas yang dimiliki Ibu Sukamti pada tempat usahanya bisa dibilang bersih tetapi kurang menarik pelanggan. Dengan berlandaskan teori atau pendapat dari Barata (2003) dan Parasuraman (1998) tentang *tangibless* UMKM kuliner milik Ibu Sukamti cukup baik apabila berada ditempat usaha tetapi kurang apabila saat pengolahan di Rumah.

Etika pelayanan Islam yang dilakukan oleh Ibu Maskinah dan karyawan dalam hal *tangibless* yakni dengan memakai pakaian yang sopan, bagus, rapi dan menutup aurat. Vasilitas yang dimiliki Ibu Maskinah selalu dirawat dengan baik dan dijaga kebersihannya termasuk rombongan dan tempat-tempat lainnya termasuk tempat usahanya. Etika pelayanan yang dilakukan Ibu Maskinah dengan berdasarkan teori atau pendapat Barata (2003) dan Parasuraman (1998) dirasa baik.

Etika pelayanan yang diterapkan Bapak Purwanto dan karyawan dalam hal *tangibless* yakni dengan memakai pakaian yang rapi, bersih, dan menutup aurat. Vasilitas yang dimiliki Bapak Purwanto juga selalu dijaga kebersihannya tetapi terkadang bila banyak pelanggan tempat makanya kurang dijaga kebersihannya dan antara rombongan dan tempat cuciannya juga terlalu dekat sehingga terkesan kumuh. Etika pelayanan yang dilakukan Bapak Purwanto sudah baik dalam berpakaian tetapi

kurang dalam hal vasilitasnya. Hal tersebut didasari oleh teori dan pendapat dari Barata (2003) dan Parasuraman (1998).

Etika pelayanan Islam yang diterapkan Ibu eva dan karyawan dalam hal *tangibless* yakni dengan menggunakan pakaian yang bersih, rapi, dan menutup aurot bila berada ditempat usahanya, tetapi bila dirumah pada saat pengolahannya Ibu Eva dan Karyawan hanya menggunakan pakaian yang kurang rapi dan terkadang kurang menutup aurot juga padahal rumahnya sering didatengin pelanggan dan penjual bahan baku. Vasilitas yang dimiliki Ibu Eva selalu terjaga kebersihannya tetapi kurang baik dalam hal penataannya.

4.4.2 Peran Pelayanan prima perspektif etika bisnis Islam dalam meningkatkan daya saing UMKM kuliner Desa Bebekan

Terdapat beberapa pelaku UMKM kuliner di Desa Bebekan yang sadar pentingnya etika pelayanan Islam dalam meningkatkan daya saing. Para pelaku usaha mengaku bahwa penerapan hal tersebut dapat meningkatkan daya saing usaha dan menambah pelanggan loyal dan pelanggan baru dari yang sebelum menerapkan etika pelayanan dan sesudah menerapkan etika pelayanan Islam. Semakin besar pelaku UMKM dalam menjalankan indikator etika pelayanan Islam maka akan semakin diminati oleh pelanggan baru.

Perbandingan jumlah penjualan dan omset tiap harinya juga sudah terbukti dari perbandingan antara pelaku UMKM yang

menggunakan etika pelayanan Islam dengan pelaku Usaha yang hanya mementingkan citra rasa dan promosinya saja. Terdapat perbedaan omset antara Ibu Suwarni yang memperhatikan etika pelayanan Islam dengan Ibu Nur yang tidak memperhatikan etika pelayanan Islam mengalami perbedaan omset penjualan meskipun menjual produk yang sama dan letaknya masih dalam satu rukun tetangga (RT).

Hal tersebut juga dialami oleh pelaku UMKM kuliner yang berjualan gorengan antara Ibu Karmi yang memperhatikan etika pelayanan Islam dan menjalankan indikator pelayanan Islam lebih banyak dengan Ibu wati yang kurang memperhatikan etika pelayanan Islam dengan baik meskipun sama-sama berjualan gorengan dan masih dalam satu kawasan rukun tetangga (RT) . Selain itu terdapat juga perbedaan omset penjualan antara Bapak purwanto dan Bapak Umami.

Terdapat pelanggan yang lebih memilih membeli kuliner dengan mempertimbangkan etika pelayanannya. Terdapat juga tipe pelanggan yang berani membeli produk kuliner dengan harga yang agak mahal tetapi dengan kualitas etika pelayanan yang prima dibandingkan sebaliknya.

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil pemaparan dan uraian yang telah dibahas pada bab sebelumnya, maka peneliti akan memaparkan kesimpulan pada penelitian ini sebagai berikut:

5.1.1 UMKM kuliner di Desa bebekan belum seluruhnya menerapkan pelayanan prima perspektif etika bisnis Islam dengan baik dan benar. Masih terdapat pelayanan yang kurang dalam hal komunikasi kepada pelanggan, pakaian yang digunakan, perawatan vasilitas, dan bahan baku yang belum semua pelaku UMKM paparkan kepada pelanggan dan masih terdapat pelaku usaha kuliner yang mengabaikan aspek kebersihan, sehingga masih terdapat rasa was-was pada pelanggan. Maka disimpulkan bahwa pelaku UMKM kuliner di Desa Bebekan sudah menerapkan beberapa indikator etika pelayanan Islam dengan baik tetapi masih kurang menyeluruh dalam menjalankan indikator etika pelayanan Islam. Tetapi, terdapat juga pelaku UMKM yang sudah menjaankan indikator pelayanan prima dengan baik dan benar meskipun belum bisa maksimal dikarenakan para pelaku usaha masih ranah UMKM yang belum seberapa tertata untuk

managemen oprasioanalnya, tidak adanya pengontrolan dan hukuman bagi yang melanggar standarisasi pelayanan prima.

5.1.2 Pada UMKM kuliner di Desa Bebekan terdapat ketimpangan omset penjualan perharinya yang salah satu sebabnya yakni kurangnya penerapan pelayanan prima perspektif etika bisnis Islam pada usaha kuliner yang dijalankan. Dari hasil bservasi dan wawancara kepada pelanggan. Terdapat pelanggan yang mementingkan aspek pelayanannya dahulu sebelum kembali lagi untuk memesan produk kuliner ditempat yang sama dan terdapat juga pelanggan yang berani membayar agak mahal tetapi dengan pelayanan yang prima dibandingkan sebaliknya.

5.2 Saran

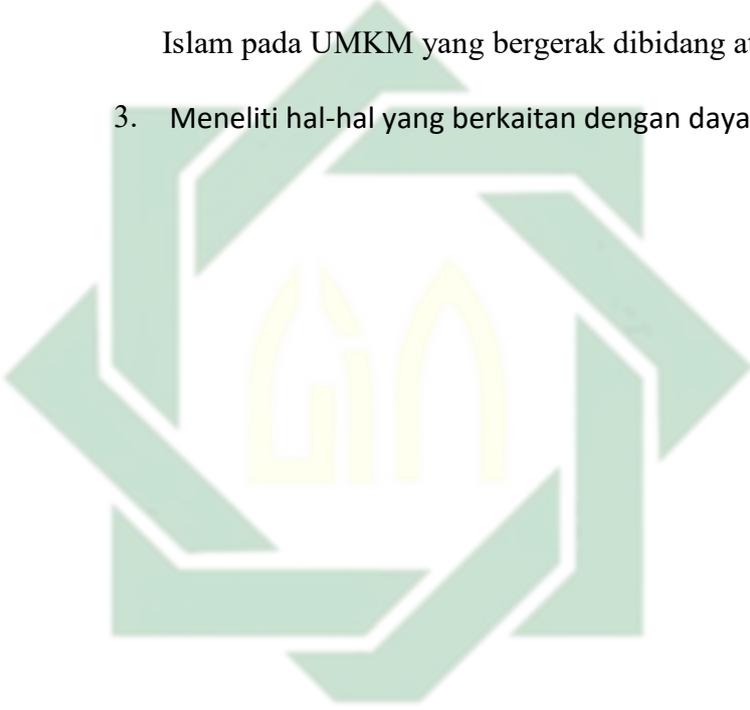
Berdasarkan hasil penelitian pada pelayanan prima perspektif etika bisnis Islam UMKM kuliner di Desa Bebekan Taman Sidoarjo, maka saran yang peneliti kemukakan yaitu:

5.2.1 Bagi pelaku UMKM kuliner di Desa Bebekan

1. Memperhatikan indikator pelayanan prima perspektif etika bisnis Islam secara meneyeluruh dengan baik dan benar dalam meningkatkan daya saing usaha.
2. Tetap konsisten dan terus meningkatkan pelayanan prima yang baik dan benar.
3. Tetap memakai pakaian yang bersih, sopan, dan menutup aurot bila melakukan kegiatan produksi maupun penjualan kuliner.

5.2.2 Bagi peneliti selanjutnya

1. Melakukan analisis pelayanan prima perspektif etika bisnis Islam pada UMKM yang bergerak dibidang kuliner di tempat lain.
2. Melakukan analisis pelayanan prima perspektif etika bisnis Islam pada UMKM yang bergerak dibidang atau jenis lain.
3. Meneliti hal-hal yang berkaitan dengan daya saing UMKM,.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

Daftar pustaka

- Anggito, A. S. (2018). Metodologi Penelitian Kualitatif. Sukabumi: Cv Jejak.
- Aprijon. (2013). Kewirausahaan Dalam Pandangan Islam. Menara, 1.
- Atmadjati. (2012). Layanan Prima Dalam Praktik Saat Ini. Yogyakarta: Cv Budi Utama.
- Author, W. (2017). Statistik Dalam Penelitian Psikologis dan Pendidikan. Malang: UMM Press.
- Avidow, W. U. (1989). Total Customer Service The Ultimate. New York: Weapon.
- Azzizaturrohmah, N. M. (2014). Pemahaman etika berdagang pada pedagang muslim pasar wonok romo surabaya; Studi kasus pedagang buah. Jurnal JESTT, 1.
- Balck, J. D. (2019). Metode dan Masalah, Penelitian. Sosial. . Bandung: Pt Refika Aditama.
- Barata. (2003). Dasar-Dasar Pelayanan Prima Persiapan Membangun Budaya Pelayanan Prima Untuk Meningkatkan Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan. Jakarta: Pt elex Media Komputindo.
- Barata. (2010). Dasar-dasar Pelayanan Prima. Jakarta: Pt Elex Media Komputindo.
- Bertens. (2013). Pengantar Etika Bisnis. Yogyakarta: Kanisius.
- Buckley, P. (1988). Measures of internationality.
- David, F. (2006). Manajemen Strategi. Jakarta: Salemba.
- Denzin, N. (1994). "Introduction Entering Pendekatan Kualitatif (Budi Puspo) 866 the Field of Qualitative Research" dalam Handbook of Qualitative Research. Sage.
- Fadallah. (2020). Wawancara. Jakarta: UNJ press.
- Fauzia. (2021). Etika Bisnis Islam era 5.0. Depok: Pt Raja Grafindo.
- Gaspersz, V. (1997). Manajemen Kualitas Dalam Industri Jasa: Strategi Untuk Memenangkan Persaingan Goblal. Jakarta: Pt Gramedia Pustaka Utama.
- Hafidz. (2019). Begini Rasul Berbisnis, Strategi, Inspirasi, Dan Rahasia Kesuksesan Bisnis Nabi. Jakarta: Qalam.
- Hamdani. (2020). Mengenal Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkh) Lebih Dekat. Uwais Inspirasi Indonesia, 1.

- Hamzah. (2000). *Etika Islam*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Hasanah, s. I. (n.d.). *Mudah Memahami Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umk)*. Uwais Inspirasi Indonesia, 1.
- Hulaimi, S. A. (2017). *Etika Bisnis Ilam Dan Dampaknya Terhadap Kesejahteraan Pedagang Sapi*. JEBI, 1.
- Ibrahim, N. (2001). *Produk Kreatif Dan Kewirausahaan Akutansi Dan Keuangan Lembaga*. Yogyakarta: Andi.
- Iqbal, Z. A. (2015). *An Introduction to Islamic finance: Theory and practice*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kasmir. (2015). *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana.
- lilla, B., Adriani, D., & Hafsah. (2018). *Srategi Meningkatkan Daya Daing Usaha Kecil Menengah*. Medan: Lembaga Penelitian dan Pengembangan AQLI.
- Lupiyadi, R. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Pt Salemba Empat .
- Mardatillah. (2013). *Etika Bisnis Perspektif Islam*. Jurnal JIS, 1.
- Maryadi, F. G. (2020). *Kajian Atas Kebijakan Penguatan Daya Saing Daerah Dalam Rangka Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat*, . Lakeisha, 1.
- Miles, H. (1984). *Analisis Data Kualitatif*. 1.
- Moenir. (2015). *Manajemen PelayananUmum Di Indonesia*. Jakarta: Pt Bumi Aksara.
- Muhammad, B. (2021). *Fiqih Bisnis Syariah Kontemporer*. . Jakarta: Kencana.
- Norvadewi. (2015). *Bisnis Dalam Perspektif Islam: telaah konsep, prinsip dan landasan Normatif*. Al-Tijary. 1.
- Pancasila, T. P. (2015). *Membangun Kedaulatan Bangsa berdasarkan Nilai-Nilai Pancasila Pemberdayaan Masyarakat Terluar, Terdepan, Dan Tertinggal*, . UGM, 1.
- Rivai, V. A. (2016). *Islamic Economics: Ekonomi Syariah Bukan Opsi, Tetapi Solusi*. Jakarta: Pt Bumi Perkasa.
- Rungkuti. (2016). *Customer Care Excellence Meningkatkan Kinerja Perusahaan Melalui Pelayanan Prima*. Jakarta: Pt Gramedia Jaya Utama .
- Ryandono, R. (2015). *Manajemen Bank Islam: Pendekatan Syariah Dan Praktek*. . Yogyakarta: UAD Press.
- Satori, K. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Tambunan. (2008). *Ukuran Daya Saing Koperasi dan UKM*. Badan Perencanaan Pembangunan Nasional.

- Tjiptono, F. (2001). *Kualitas Jasa: Pengukuran, Keterbatasan dan Implikasi Manajerial*, majalah Manajemen Usahawan Indonesia. Jakarta: Rineka Cipta.
- Tjiptono, F. (2005). *Service, Quality, and Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Trinkler. (2008). *Marketing and Strategy in Marketing*. canda: MC Millan.
- Tulus, T. (2001). *Perekonomian Indonesia Teori dan Temuan Empiris*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Tulus, T. (2012). *Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Indonesia, Isu-Isu Penting*. Jakarta: LP3ES.
- Wijaya. (2011). *Manajemen Kualitas Jasa: Desain Surqual*. Jakarta: Pt Indeks.
- wulan. (2007). *Usaha Rumah Makan Laris Manis*. Jakarta: Pt Elex Media Komputindo.
- Zulham. (2016). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Website

- Gál, A. N. (2010). *Competitiveness of small and medium sized enterprises – a possible analytical framework*. dari <http://heja.szif.hu/ECO/ECO-100115-A/eco100115a.pdf> . Diakses tanggal 16 november 2022 pukul 21.00 WIB.
- Humas MENPARB. 2019. <https://menpan.go.id/site/berita-terkini/menteri-tjahjuningkap-tiga-alasan-pentingnya-daya-saing-bagi-sebuah-bangsa> Diakses pada 20 november 2022 pukul 11.09 WIB.
- Kontribusi UMKM bagi Perekonomian Besar, Presiden Tekankan Pentingnya Izin bagiUMKM.2022.<https://m.kominfo.go.id/content/detail/43084/kontribusi-umkm-bagi-perekonomian-besar-presiden-tekanan-pentingnya-izin-bagi-umkm/0/berita>.Diakses pada 11 Desember 2022