



Volume 3 Nomor 02 (2024) Pages 103 – 119

Change Think Journal

Email Journal : changethink.bbc@gmail.com

Web Journal : <http://journal.bungabangsacirebon.ac.id/index.php/changethink>



Adakah Etika Bisnis Islam Dalam Angkringan? Suatu Analisa Loyalitas Ke Konsumen Angkringan Abewokz

Jamal Noor Kantry¹, Heru Cahyono², Mawar Jannati Al Fasiri³,

^{1,2,3}Universitas Islam Bunga Bangsa Cirebon

Email: noorkantry4@gmail.com

Received: 2024-05-14; Accepted: 2024-06-15; Published: 2024-06-30

ABSTRAK

Penerapan etika bisnis Islam di Angkringan Abewokz Kasepuhan Cirebon, kajiannya dilatar belakangi sebagai Untuk meraih kesuksesan dalam persaingan bisnis, pelaku usaha perlu fokus pada pencapaian tujuan yang dapat menciptakan loyalitas dan menjaga pelanggan mereka. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan dan menganalisis penerapan, kendala dan dampak etika bisnis Islam di Angkringan Abewokz Kasepuhan Cirebon. Metodologi penelitian ini mengadopsi pendekatan deskriptif dengan jenis kualitatif. Data yang digunakan berasal dari sumber primer dan sekunder. Sampel penelitian di ambil dari tujuh informan yang terdiri dari dua owner angkringan abewokz dan lima pelanggan angkringan abewokz. Data terkumpul dilakukan pengolahan data yang dikumpulkan melalui teknik observasi, wawancara, dokumentasi dan menggunakan instrumen penelitian untuk memperoleh kesimpulan penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa angkringan abewokz ini sudah menerapkan etika bisnis Islam sejak lama dalam bentuk indikator seperti Prinsip ketauhidan (unity), prinsip keseimbangan (Equilibrium), prinsip kendak bebas (Free Will), prinsip kebenaran atau kejujuran (Benevolence) dan tanggung jawab (Responsibility) yang sudah diterapkan dengan baik dan mampu memperkuat loyalitas pelanggannya. Melalui penerapan etika bisnis Islam, angkringan abewokz mampu berhasil memperkuat loyalitas pelanggan, yang dapat dibuktikan dari dampak positif dari pelanggannya.

Kata Kunci: *Etika; Loyalitas, Angkringan*

ABSTRACT

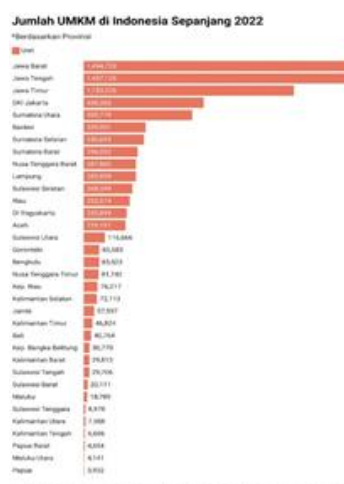
The implementation of Islamic business ethics at Angkringan Abewokz Kasepuhan Cirebon is studied in the context of achieving success in business competition, where business actors need to focus on achieving goals that can create loyalty and retain their customers. This research aims to describe and analyze the application, challenges, and impacts of Islamic business ethics at Angkringan Abewokz Kasepuhan Cirebon. The research methodology adopts a descriptive approach with a qualitative type. The data used comes from both primary and

secondary sources. The research sample consists of seven informants, including two owners of Angkringan Abewokz and five customers. Data collection involved processing data gathered through observation, interviews, documentation, and using research instruments to draw conclusions. The findings indicate that Angkringan Abewokz has long implemented Islamic business ethics, reflected in indicators such as the principle of oneness (unity), the principle of balance (equilibrium), the principle of free will, the principle of truthfulness (benevolence), and the principle of responsibility, which have been effectively applied and have strengthened customer loyalty. Through the implementation of Islamic business ethics, Angkringan Abewokz has successfully enhanced customer loyalty, as evidenced by the positive impacts on its customers.

Keywords: Ethics, Loyalty, Angkringan.

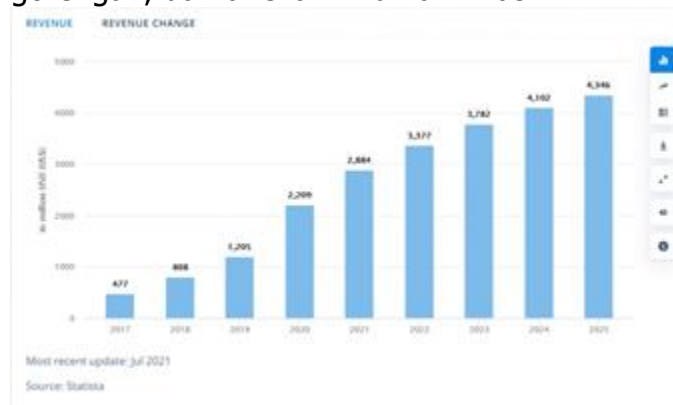
PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia. Kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan penciptaan lapangan kerja menjadikannya sebagai pilar utama ekonomi nasional. UMKM harus mampu bersaing dengan menghasilkan produk-produk yang diterima dan disukai oleh konsumen. Ciri khas UMKM di Indonesia adalah tidak membutuhkan modal besar, tenaga kerja yang dipekerjakan tidak memerlukan tingkat pendidikan tertentu, dan mayoritas berada di pedesaan, sehingga tidak memerlukan infrastruktur perusahaan besar. UMKM juga telah terbukti tangguh saat Indonesia menghadapi krisis ekonomi. (Sarfiah et al. 2019) Berdasarkan data dari Kementerian Keuangan Republik Indonesia (Kemenkeu), UMKM didominasi oleh usaha mikro sebesar 98,68%, dengan kemampuan menyerap tenaga kerja sebanyak 89%. Usaha mikro juga berkontribusi sebesar 37,8% terhadap PDB. Data ini menunjukkan potensi besar bagi Indonesia untuk memiliki ekonomi nasional yang kuat, didukung oleh banyaknya UMKM dan tingginya daya serap tenaga kerja. Pada tahun 2021, pemerintah meluncurkan Online Single Submission - Risk Based Approach (OSS RBA), dan pada tahun 2022, tercatat 8,71 juta unit UMKM telah mendaftarkan bisnisnya di platform OSS, dengan Jawa Barat sebagai provinsi dengan jumlah pelaku UMKM terbanyak. Hal ini menunjukkan bahwa di Jawa Barat, banyak masyarakat yang menjalankan usaha berbasis UMKM. (Anastasya 2023)



Jika dilihat dari perspektif Islam, pengembangan UMKM sejalan dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam yang mendorong keadilan, kesejahteraan, dan pemberdayaan masyarakat. Hal tersebut tercantum dalam Al-Qur'an, 01:275 yang Ayat tersebut menjelaskan bahwa Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba, yang menjadi dasar penting dalam menjalankan bisnis yang adil dan beretika sehingga dapat diketahui bahwa Allah menekankan manusia untuk menghindari riba dan mengikuti perintah-Nya yaitu melakukan transaksi jual-beli dengan adil. Selain itu, hadis Rasulullah SAW yang diriwayatkan oleh Tirmidzi menyebutkan bahwa: "Pedagang yang jujur dan terpercaya akan bersama para nabi, shiddiqin, dan suhada."

Hal tersebut menunjukkan bahwa dalam Islam menjalankan bisnis dengan niat yang baik dan cara yang halal merupakan salah satu bentuk ibadah yang tinggi nilainya. Hadis tersebut juga mengajarkan bahwa dalam berdagang harus menerapkan prinsip kejujuran dan amanah sehingga para pedagang-pedagang yang menerapkan prinsip tersebut akan mendapatkan ganjaran. Salah satu sektor UMKM yang banyak diminati di Indonesia adalah industri makanan, contohnya yaitu angkringan. Awalnya angkringan merupakan salah satu jenis usaha yang populer di daerah Yogyakarta dan Jawa Tengah. Kemudian saat ini angkringan telah menyebar ke berbagai daerah di Indonesia. Keberadaan angkringan tidak hanya memenuhi kebutuhan konsumsi masyarakat, tetapi juga berperan dalam melestarikan budaya kuliner lokal. Angkringan berasal dari Bahasa Jawa yaitu angkring yang berarti tempat jualan dengan berkeliling. Umumnya angkringan berbentuk gerobak kecil kemudian pembelinya dapat duduk santai sambil menikmati makanan dan minumannya. Tidak hanya menawarkan makanan dan minuman dengan harga terjangkau, angkringan juga menjadi ruang sosial bagi berbagai kalangan masyarakat. Angkringan menyediakan makanan tradisional yang sederhana namun kaya rasa, seperti nasi kucing, sate usus, gorengan, dan aneka minuman khas.



Sumber : Website umkmindonesia.id (2022)

Berdasarkan data riset yang diperoleh Statista, pendapatan yang diperoleh dari bisnis kuliner diprediksi akan mengalami peningkatan sebanyak 10,79% hingga 2025. Bisnis angkringan dapat menjadi peluang yang diminati oleh sebagian besar masyarakat Indonesia karena modal yang dikeluarkan kecil namun mampu mendapatkan keuntungan besar. (Samosir 2022) Semakin populernya angkringan, persaingan bisnis di sektor ini menjadi semakin ketat. Setiap pelaku usaha akan berlomba-lomba untuk menarik pelanggan dengan menawarkan variasi menu, harga

yang kompetitif, dan layanan yang ramah. Inovasi dan kreativitas menjadi kunci untuk bertahan dan berkembang dalam persaingan ini. Keberhasilan suatu produk diterima oleh target pasar tidak hanya ditentukan oleh murahness biaya atau kualitas yang ditawarkan. (Pratama et al. n.d.) Meskipun demikian, persaingan yang sehat harus tetap mengedepankan etika bisnis yang baik sesuai dengan ajaran Islam. Pelaku bisnis sebagian menyadari bahwa bila ingin berhasil dalam kegiatan bisnis, ia harus mengindahkan prinsip-prinsip etika. (Ayuningtyas et al. n.d.)

Loyalitas pelanggan adalah tindakan yang muncul setelah seseorang membeli suatu produk atau jasa, yang dipengaruhi oleh tingkat kepuasan atau ketidakpuasan terhadap produk atau jasa tersebut sebagai hasil dari proses penjualan. (Stanley 2023) Loyalitas pelanggan dapat dicapai melalui berbagai cara yaitu; memberikan pelayanan yang baik, menjaga kualitas produk, serta mendengarkan dan menanggapi kebutuhan dan keluhan pelanggan.

Penelitian ini difokuskan pada Angkringan Abewokz di Kasepuhan Cirebon karena termasuk kedalam salah satu cagar budaya sekaligus wisata religi yang dimiliki Kota Cirebon karena memiliki nilai sejarah budaya di dalamnya. Keraton Kasepuhan Cirebon sangat simbolik dengan keislaman, yang dijadikan sebagai syiar Islam sekaligus wisata religi. (Salim and Fasiri n.d.) Tempat tersebut memiliki daya tarik khusus yang mencerminkan dinamika bisnis angkringan yang beragam dan kompleks. Berdasarkan data observasi harian yang dilakukan, menunjukkan tingkat popularitas dan loyalitas pelanggan yang signifikan. Angkringan ini dikenal karena variasi menu yang autentik, inovatif serta pelayanan yang ramah sehingga menarik berbagai kalangan masyarakat dari berbagai usia dan latar belakang.

Selain itu, penelitian akan mengungkapkan apakah pelanggan yang datang kembali dikarenakan merasa puas dengan kualitas makanan dan pelayanan yang konsisten. Oleh karena itu, angkringan Abewokz menjadi objek penelitian yang ideal untuk mengeksplorasi bagaimana etika bisnis Islam diterapkan dalam mempertahankan loyalitas pelanggan dalam konteks persaingan bisnis yang ketat sehingga mencapai kesuksesan dalam persaingan bisnis. salah satu hal yang perlu dilakukan oleh para pelaku usaha adalah berupaya mencapai tujuan untuk membangun loyalitas dan menjaga pelanggan mereka. (Karjuni and Susliawati n.d.) Studi kasus dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan berharga bagi pelaku UMKM lain dalam mengembangkan strategi bisnis yang berkelanjutan dan sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Oleh karena itu, penulis akan membedah dan membuat penelitian tentang Adakah Etika Bisnis Islam Dalam Angkringan? Suatu Analisa Loyalitas Ke Konsumen Angkringan Abewokz. Penulis akan memfokuskan tentang penerapan etika bisnis Islam dalam memperkuat loyalitas pelanggan. Kemudian implikasi tulisan ini berimplikasi juga pada usaha sejenis atau lainnya yang ingin mengadopsi skema permasalahan angkringan Abewokz.

METODE PENELITIAN

Metodologi dalam penelitian ini menggunakan jenis kualitatif Pendekatan kualitatif yaitu metode multi yang melibatkan interpretasi fenomena di dalam lingkungan alami subjek. Penelitian kualitatif mencoba untuk memahami dan menginterpretasi berbagai fenomena sesuai dengan pemahaman yang ada dalam masyarakatnya (Hasan et al. n.d.) dengan pendekatan deskriptif berusaha

mendeskripsikan dan menginterpretasikan peristiwa atau perilaku manusia di suatu organisasi atau institusi dengan menggunakan kata-kata atau bahasa yang bertujuan untuk memperoleh pemahaman mendalam. Sumber data yang digunakan ialah sumber data primer dan sumber data sekunder. Sampel penelitian di ambil dari tujuh informan yang terdiri dari dua owner angkringan abewokz dan lima pelanggan angkringan abewokz. Data yang telah dikumpulkan diolah melalui teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi, serta menggunakan instrumen penelitian untuk mendapatkan kesimpulan dari penelitian tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Angkringan Abewokz mulai beroperasi pada awal tahun 2018, didirikan oleh seorang pelaku usaha yang terkena PHK dari perusahaan tempatnya bekerja. Pada saat itu, angkringan belum cukup populer di daerah Cirebon, sehingga bisnis ini awalnya dimaksudkan untuk mengisi waktu luang saja. Namun, angkringan ini mampu bertahan hingga sekarang, dengan masa operasional kurang lebih enam tahun. Lokasi Angkringan Abewokz berada di kawasan Alun-Alun Kasepuhan, Cirebon, yang dipilih sebagai target utama karena memiliki potensi tinggi dengan konsep tempat nongkrong untuk kalangan remaja dan dewasa muda. Selain itu, lokasi angkringan ini cukup dekat dengan rumah pemiliknya. Seiring berjalannya waktu, muncul kompetitor dengan jumlah total 11 angkringan di wilayah Alun-Alun Kasepuhan. Namun, hanya tiga angkringan yang mampu bertahan, salah satunya adalah Angkringan Abewokz.

1. Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Memperkuat Loyalitas Pelanggan Pada Angkringan Abewokz Kasepuhan Cirebon

Penelitian ini menyoroti penerapan Etika Bisnis Islam pada Angkringan Abewokz Kasepuhan Cirebon sebagai strategi untuk memperkuat loyalitas pelanggan. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik, DB dan SM, beberapa prinsip Etika Bisnis Islam dapat diidentifikasi sebagai faktor yang mempengaruhi hubungan dengan pelanggan dan kesuksesan operasional mereka yang dihubungkan teori Syed Nawad Haider Naqvi.

a. Prinsip Ketauhidan (*Unity*)

Dasar filosofis yang menjadi pijakan utama bagi seorang individu yang beriman dalam menjalani peran dan tujuan hidupnya. Sebagaimana yang kita ketahui, ketauhidan berkaitan dengan keesaan Tuhan, yang merupakan pencipta seluruh umat. (M. Mahmud Ikhsan 2021) Prinsip ini mengindikasikan bahwa setiap langkah yang diambil oleh seorang Muslim yang beriman dalam menjalani kehidupan harus memiliki dasar yang kokoh sebagai landasan utamanya. Ajaran tauhid atau ilahiyah menekankan pentingnya menjadikan kerelaan Allah sebagai pijakan tunggal. Setiap tindakan dan prosedur yang dijalankan harus selaras dengan prinsip-prinsip syariah-Nya sehingga konteks bisnis dan distribusi berhubungan dengan dimensi ilahiyah yang harus diperhatikan dengan tujuan mencapai falah.

DB dan SM memiliki niat dan motivasi yang berbeda dalam menjalankan Angkringan Abewokz. DB berkomitmen untuk mengembangkan bisnis dengan inovasi dan mempertahankan ketauhidan dalam menjalankan usahanya, yaitu keyakinan bahwa rezeki berasal dari Allah SWT. Sementara itu, SM memulai usaha angkringan sebagai respons atas kebutuhan keluarganya setelah mengalami PHK, dengan tujuan mencari penghasilan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan mencari ridho Allah SWT dalam mencari berkah dari rezeki yang diperoleh. Meskipun motivasi berbeda, keduanya menegaskan keberkahan dan asal-usul rezeki yang berasal dari Allah SWT sebagai landasan dalam berbisnis.

Berdasarkan analisa penulis, DB dan SM selaku owner memiliki niat dan motivasi yang berbeda dalam menjalankan Angkringan Abewokz. DB berkomitmen pada inovasi dan mempertahankan ketauhidan, meyakini bahwa rezeki berasal dari Allah SWT. SM memulai usaha ini setelah PHK, untuk memenuhi kebutuhan keluarga dan mencari berkah dari Allah SWT. Meskipun motivasi mereka berbeda, keduanya menegaskan bahwa keberkahan dan asal-usul rezeki dari Allah SWT adalah landasan berbisnis mereka.

b. Prinsip Keseimbangan (*Equilibrium*)

Keseimbangan, kebersamaan, dan kemoderatan merupakan prinsip etis yang harus diterapkan dalam aktivitas maupun etitas bisnis (Laras Sintia 2022) Menuntut agar setiap individu diperlakukan secara setara berdasarkan pedoman yang adil, dengan kriteria yang rasional, objektif, dan dapat dipertanggungjawabkan. (Zamzami and Anggraini 2023)

DB dan SM menerapkan transparansi dalam transaksi dengan pelanggan. Mereka menghitung jumlah makanan di depan pelanggan untuk menciptakan kepercayaan dan menghindari keraguan. Dalam hal kerja sama dengan pemasok, mereka menegaskan pentingnya harga yang disepakati secara transparan setelah diskusi bersama. Pendekatan ini tidak hanya memperkuat kepercayaan pelanggan tetapi juga menjaga integritas dan keseimbangan dalam operasional sehari-hari. Berdasarkan analisa yang dilakukan, DB dan SM menerapkan transparansi dalam transaksi dengan pelanggan untuk menciptakan kepercayaan dan menghindari keraguan, seperti menghitung jumlah makanan di depan pelanggan. Mereka juga menekankan harga yang disepakati secara transparan dengan pemasok setelah diskusi bersama. Pendekatan ini memperkuat kepercayaan pelanggan dan menjaga integritas serta keseimbangan dalam operasional sehari-hari.

c. Prinsip Kendak Bebas (*Free Will*)

Kehendak bebas dapat dilakukan oleh siapa saja termasuk penjual maupun pembeli. Asalkan tidak saling merugikan. (Markha Syarifah Al-Hababa

2022) Manusia, baik secara individu maupun dalam kelompoknya, memiliki kebebasan sepenuhnya untuk terlibat dalam kegiatan bisnis. Setiap individu mempunyai kebebasan untuk menerapkan prinsip-prinsip Islam karena masalah ekonomi termasuk dalam wilayah muamalah, bukan ibadah. Oleh karena itu, dalam ekonomi berlaku prinsip "semua diperbolehkan kecuali yang dilarang" dengan pengecualian untuk hal-hal seperti ketidakadilan dan riba yang dilarang dalam Islam.

Kedua pemilik Angkringan Abewokz, DB dan SM, menerapkan prinsip kebebasan dalam pengelolaan keuangan mereka dengan cara yang berbeda namun saling melengkapi DB Mengalokasikan sebagian modal untuk zakat dagang dan membatasi keuntungan, menunjukkan komitmen untuk mematuhi aturan zakat dalam Islam. Pendekatan ini mencerminkan tanggung jawab sosial dan ekonomi yang mendukung kesejahteraan masyarakat sekitar. Dan SM Menekankan kepercayaan kepada pelanggan dalam transaksi, menghindari pencatatan awal dan biaya tambahan seperti riba. Pendekatan ini mencerminkan nilai-nilai transparansi dan kejujuran dalam berbisnis. Kedua pendekatan ini mencerminkan penerapan prinsip kehendak bebas dalam berbisnis sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, yang tidak hanya memperkuat integritas dan kepercayaan dalam transaksi tetapi juga memastikan bahwa praktik bisnis mereka sejalan dengan nilai-nilai syariat Islam. Hal ini berkontribusi pada loyalitas pelanggan, yang merasa dihargai dan dipercaya, serta menunjukkan komitmen mereka terhadap etika bisnis Islam.

Berdasarkan analisa penulis, menerapkan prinsip kebebasan dalam pengelolaan keuangan mereka dengan cara yang berbeda namun saling melengkapi. DB mengalokasikan sebagian modal untuk zakat dagang dan membatasi keuntungan, menunjukkan komitmen terhadap aturan zakat dalam Islam, yang mendukung kesejahteraan masyarakat sekitar. Di sisi lain, SM menekankan kepercayaan kepada pelanggan dalam transaksi, menghindari pencatatan awal dan biaya tambahan seperti riba. Pendekatan ini mencerminkan nilai transparansi dan kejujuran dalam berbisnis. Kedua pendekatan ini menunjukkan penerapan prinsip kehendak bebas dalam berbisnis sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, yang tidak hanya memperkuat integritas dan kepercayaan dalam transaksi tetapi juga memastikan bahwa praktik bisnis mereka sejalan dengan nilai-nilai syariat Islam. Hal ini berkontribusi pada loyalitas pelanggan, yang merasa dihargai dan dipercaya, serta menunjukkan komitmen mereka terhadap etika bisnis Islam.

d. Prinsip Kebenaran atau Kejujuran (*Benevolence*)

Kewajiban dapat dibagi menjadi dua aspek, yaitu dimensi vertikal (kewajiban kepada Tuhan) dan dimensi horizontal (kewajiban kepada masyarakat atau pelanggan). Dalam aktivitas bisnis, kewajiban harus tercermin

melalui prinsip transparansi, kejujuran, pelayanan yang optimal, serta tekad untuk selalu melakukan yang terbaik dalam setiap tindakan.

Kedua pemilik angkringan menunjukkan komitmen terhadap prinsip kebenaran dan kejujuran dalam berbisnis. DB menekankan transparansi dalam transaksi dengan menghitung jumlah makanan di depan pelanggan dan mempercayai mereka untuk memberikan informasi yang benar. Pendekatan ini menciptakan hubungan yang jujur antara penjual dan pembeli. SM juga menegaskan pentingnya kejujuran dalam bertransaksi, di mana setiap pembelian mengikuti hitungan dari pembeli sendiri tanpa ada kebohongan dari pihak penjual. Kedua pendekatan ini mengilustrasikan nilai-nilai kejujuran yang dijunjung tinggi dalam operasional sehari-hari angkringan Abewokz.

Berdasarkan analisa penulis, DB menekankan transparansi dalam transaksi dengan menghitung jumlah makanan di depan pelanggan, menciptakan hubungan yang jujur antara penjual dan pembeli. SM juga menegaskan pentingnya kejujuran, dengan membiarkan pembeli menghitung sendiri pembelian mereka tanpa manipulasi dari pihak penjual. Kedua pendekatan ini mencerminkan nilai-nilai kejujuran yang dijunjung tinggi dalam operasional sehari-hari angkringan Abewokz.

e. Prinsip Tanggung Jawab (*Responsibility*)

Kebenaran atau kejujuran di sini mencakup nilai-nilai kebajikan, kejujuran, dan perilaku yang benar dalam berbagai tahap proses, termasuk transaksi, perolehan barang, pengembangan produk, serta pencapaian keuntungan. DB menekankan pentingnya tanggung jawab sosial dalam bisnis dengan memprioritaskan kebersihan warung dan menciptakan suasana yang nyaman bagi pelanggan melalui interaksi yang ramah. Ini menunjukkan tanggung jawab mereka terhadap kenyamanan dan pengalaman pelanggan. Di sisi lain, SM menegaskan komitmennya untuk tidak mengganggu warga sekitar, menjaga lingkungan sekitar warung, dan membersihkannya dengan baik saat membuka dan menutup. Kedua pendekatan ini mencerminkan tanggung jawab mereka terhadap masyarakat dan lingkungan di sekitar tempat mereka berjualan.

Berdasarkan analisa Penulis, DB menekankan pentingnya tanggung jawab sosial dengan menjaga kebersihan warung dan menciptakan suasana nyaman bagi pelanggan melalui interaksi yang ramah. Ini menunjukkan tanggung jawab terhadap kenyamanan dan pengalaman pelanggan. Sebaliknya, SM menegaskan komitmennya untuk tidak mengganggu warga sekitar, menjaga kebersihan lingkungan sekitar warung, dan memastikan kebersihan saat membuka dan menutup warung. Kedua pendekatan ini mencerminkan tanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan di sekitar tempat berjualan mereka.

2. Kendala Etika Bisnis Islam Dalam Memperkuat Loyalitas Pelanggan Pada Angkringan Abewokz Kasepuhan Cirebon

Pelaku usaha pasti pernah menghadapi berbagai masalah. Masalah ini bisa dianggap sebagai hambatan yang menghalangi perkembangan usaha. Oleh karena itu, diperlukan solusi untuk mengatasi masalah tersebut. Menghadapi berbagai kendala dalam menjalankan usaha mereka. DB mengungkapkan tantangan utama dalam menjaga konsistensi di tengah tekanan persaingan harga dan permintaan dari pemasok. Di sisi lain, SM menyebutkan kendala terkait proses untuk mendapatkan sertifikasi halal bagi produk mereka, yang diharapkan dapat meningkatkan nilai dan loyalitas pelanggan. Kedua pernyataan ini menunjukkan pentingnya evaluasi dan penanganan kendala untuk mengatasi hambatan dalam perkembangan usaha mereka. Berdasarkan hasil Analisa, ditemukan bahwa:

a. Harga yang tidak kompetitif & Kualitas Produk

Harga yang lebih tinggi dari pesaing tanpa adanya nilai tambah yang jelas bisa membuat pelanggan beralih ke produk atau jasa lain yang lebih terjangkau. Produk atau jasa yang tidak sesuai dengan harapan pelanggan atau sering mengalami masalah akan mengecewakan mereka dan mengurangi keinginan untuk kembali.

DB menyoroti tantangan dalam menjaga konsistensi usaha di tengah persaingan harga yang ketat dan tekanan dari pemasok. Persaingan harga yang ketat bisa memaksa usaha untuk menurunkan harga, yang berdampak pada kualitas dan margin keuntungan. Tekanan dari pemasok juga dapat mempengaruhi stabilitas operasional dan ketersediaan produk yang konsisten. Solusinya Menambah variasi produk yang memiliki margin keuntungan lebih tinggi untuk mengimbangi produk dengan persaingan harga ketat, Menjaga komunikasi yang baik dan membangun kemitraan strategis dengan pemasok untuk mendapatkan harga yang lebih kompetitif dan ketersediaan produk yang lebih stabil, dan Menggunakan teknologi untuk meningkatkan efisiensi operasional, yang dapat menurunkan biaya dan memungkinkan penawaran harga yang lebih kompetitif tanpa mengorbankan kualitas.

SM mengungkapkan kendala dalam memperoleh sertifikasi halal untuk produk mereka. Proses sertifikasi yang rumit dan memakan waktu dapat menjadi hambatan signifikan. Padahal, memiliki sertifikasi halal tidak hanya meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan Muslim tetapi juga menambah nilai produk di pasar. solusinya Mengidentifikasi dan menyederhanakan langkah-langkah dalam proses sertifikasi halal dengan bantuan konsultan atau lembaga terkait yang berpengalaman, Memberikan informasi kepada pelanggan tentang proses menuju sertifikasi halal untuk membangun kesadaran dan kepercayaan bahwa usaha sedang dalam proses memenuhi standar halal, dan Bekerja sama dengan lembaga sertifikasi halal untuk memahami persyaratan dengan lebih baik dan memastikan semua aspek usaha memenuhi standar yang ditetapkan.

Berdasarkan hasil analisis, beberapa solusi yang dapat diterapkan untuk mengatasi masalah tersebut antara lain:

- 1) Menambah Variasi Produk dengan Margin Keuntungan Lebih Tinggi: Mengembangkan produk baru atau meningkatkan variasi produk yang memiliki margin keuntungan lebih tinggi dapat membantu mengimbangi produk dengan persaingan harga ketat. Dengan menawarkan produk dengan nilai tambah, perusahaan dapat menjaga kualitas dan margin keuntungan tanpa harus menurunkan harga
- 2) Membangun Kemitraan Strategis dengan Pemasok: Menjaga komunikasi yang baik dan membangun kemitraan strategis dengan pemasok dapat membantu mendapatkan harga yang lebih kompetitif serta memastikan ketersediaan produk yang stabil. Kerjasama jangka panjang dengan pemasok dapat mengurangi risiko fluktuasi harga dan meningkatkan efisiensi pasokan.
- 3) Menggunakan Teknologi untuk Meningkatkan Efisiensi Operasional: Adopsi teknologi baru dalam operasional dapat meningkatkan efisiensi, mengurangi biaya produksi, dan memungkinkan penawaran harga yang lebih kompetitif tanpa mengorbankan kualitas.
- 4) Bantuan dari Konsultan atau Lembaga Terkait mengidentifikasi dan menyederhanakan langkah-langkah dalam proses sertifikasi halal dengan bantuan konsultan atau lembaga terkait yang berpengalaman. Informasi kepada Pelanggan: Memberikan informasi kepada pelanggan tentang proses menuju sertifikasi halal untuk membangun kesadaran dan kepercayaan bahwa usaha sedang dalam proses memenuhi standar halal. Memahami Persyaratan: Bekerja sama dengan lembaga sertifikasi halal untuk memahami persyaratan dengan lebih baik dan memastikan semua aspek usaha memenuhi standar yang ditetapkan.

3. Kendala Etika Bisnis Islam Dalam Memperkuat Loyalitas Pelanggan Pada Angkringan Abewokz Kasepuhan Cirebon

Penerapan Etika Bisnis Islam pada Angkringan Abewokz di Kasepuhan Cirebon telah menunjukkan dampak yang signifikan dalam memperkuat loyalitas pelanggan. Berdasarkan teori dari muslim yang menyatakan loyalitas pelanggan adalah kesediaan pelanggan untuk tetap setia pada bisnis, secara terus-menerus membeli dan menggunakan produk atau layanan, serta secara sukarela merekomendasikan produk atau layanan tersebut kepada teman atau kerabat. Berikut adalah pembahasan dampak yang berkaitan dengan tiga indikator loyalitas pelanggan:

a. *Repeat* (Pengulangan Kunjungan)

Repeat dalam konteks repeat purchase berarti adanya pengulangan pembelian. Ketika pelanggan membeli kembali suatu produk, hal ini menunjukkan bahwa mereka merasa puas dengan segala aspek yang ditawarkan oleh perusahaan. Kepuasan yang maksimal ini meningkatkan loyalitas pelanggan, sehingga mereka tidak ragu untuk terus membeli produk perusahaan. Terdapat delapan pertimbangan tambahan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan yang melakukan pembelian berulang ke tingkat yang lebih tinggi. Konsumen atau pelanggan memerlukan barang atau jasa yang disediakan oleh pemasok terkait. (Raizatul Hilma 2023) Indikator pengulangan kunjungan mencerminkan sejauh mana pelanggan bersedia kembali lagi ke Angkringan Abewokz setelah kunjungan pertama mereka. Berdasarkan hasil wawancara, pelanggan merasa tertarik untuk kembali karena beberapa alasan. Keunikan Rasa Makanan AF menyebutkan bahwa bumbu makanan di Angkringan Abewokz sangat meresap dan berbeda dari angkringan lain yang hanya menggunakan kecap. SF juga menekankan keunikan bumbu pada sate dan es teh tarik yang memiliki cara pembuatan khas. Rasa makanan yang unik ini menjadi salah satu alasan kuat mengapa pelanggan ingin kembali. Suasana Akrab dengan Pemilik Pelanggan merasa diperlakukan seperti keluarga oleh pemilik angkringan, yang sering berbagi cerita dan bercanda bersama mereka. OB juga menambahkan bahwa keramahan dan komunikasi yang baik dari pemilik membuat pelanggan merasa nyaman dan ingin kembali lagi.

b. *Retention* (Mempertahankan Pelanggan Tetap)

Retention berarti kemampuan pelanggan untuk bertahan dari pengaruh negatif yang menyerang perusahaan. Retensi pelanggan mengukur sejauh mana perusahaan dapat mempertahankan pelanggannya. Tingkat retensi pelanggan yang tinggi mengindikasikan bahwa perusahaan berhasil memberikan nilai yang memuaskan dan berkualitas, serta mampu menangani masalah atau keluhan pelanggan dengan efektif. Perusahaan perlu meningkatkan Retention pelanggan karena banyak manfaatnya, seperti membantu mempertahankan pelanggan potensial yang bisa menjadi pelanggan setia dan mengurangi biaya pemasaran. Mempertahankan pelanggan memang lebih sulit dibandingkan mendapatkan pelanggan baru. Dalam persaingan bisnis yang semakin ketat, berbagai pandangan negatif terhadap perusahaan dapat muncul. Kompetitor mungkin berupaya menjatuhkan perusahaan dengan berbagai cara, sehingga menjadi ujian bagi pelanggan. Pelanggan yang loyal akan tetap mendukung perusahaan terlepas dari informasi negatif dan tidak mudah berpaling ke kompetitor lain. Hal ini membantu perusahaan menjaga dan bahkan meningkatkan penjualan, sehingga pelanggan tetap setia pada produk yang ditawarkan perusahaan. Konsumen Tidak dipengaruhi oleh produk

atau layanan yang ditawarkan oleh pihak lain. Bentuk atau sikaplah yang menentukan apakah pelanggan benar - benar setia kepada kita. Jika pelanggan loyal, dia akan sangat sensitif terhadap produk serupa lainnya. Pelanggan ini kemudian memprioritaskan produk itu dan menolak menawarkan produk lain

Indikator *retention* menunjukkan sejauh mana Angkringan Abewokz mampu mempertahankan pelanggan agar tetap setia. Beberapa faktor yang mendukung retensi pelanggan di tempat ini meliputi, Pelayanan yang Ramah dan Akrab SF menyatakan bahwa komunikasi dengan pemilik yang ramah dan akrab membuat pengalaman makan menjadi menyenangkan. IM juga menekankan pelayanan yang komunikatif dan ramah dari pemilik angkringan. Kenyamanan dan Kebersihan Tempat OB menyebutkan bahwa tempat di Angkringan Abewokz sangat nyaman dan selalu dibersihkan setelah digunakan. Saat hujan, tersedia tempat yang kering untuk pelanggan. SV menambahkan bahwa tempatnya nyaman dan strategis, dengan suasana yang tidak terlalu bising.

c. *Referral* (Rekomendasi Kepada Orang Lain)

Referral adalah upaya untuk merekomendasikan produk perusahaan. Pelanggan setia yang memiliki pengalaman positif dengan suatu produk cenderung merekomendasikannya kepada orang lain. Pelanggan mencapai tingkat pengalaman yang baik setelah melalui proses evaluasi. Evaluasi ini bisa dilakukan dalam jumlah yang banyak hingga akhirnya mereka merasakan tingkat kepuasan yang tinggi. Apabila konsumen merasa puas dengan barang atau jasa yang diterimanya, dia akan berbagi informasi positif dengan orang lain. Sebaliknya, jika dia tidak puas dengan layanan yang diterimanya, dia mungkin tidak akan memberi tahu pemasok tentang ketidaksiannya. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan setia terus kembali untuk membeli produk yang dapat diandalkan. Oleh karena itu, menemukan pembeli yang berkomitmen terhadap produk yang Anda tawarkan bisa sangat bermanfaat.

Indikator *referral* mengukur sejauh mana pelanggan bersedia merekomendasikan Angkringan Abewokz kepada orang lain. Dampak positif dari penerapan Etika Bisnis Islam di tempat ini juga tercermin dalam Rekomendasi Komunitas IM menyatakan bahwa dia pernah membawa komunitas anak ke Angkringan Abewokz karena tempatnya luas, lokasinya strategis, dan suasananya nyaman. Ini menunjukkan bahwa pelanggan merasa yakin untuk merekomendasikan angkringan ini kepada kelompok besar. Pengakuan atas Keunikan dan Kualitas Pernyataan dari SF dan OB tentang keunikan rasa makanan dan minuman, serta pelayanan yang ramah dan akrab, membuat pelanggan merasa senang untuk merekomendasikan tempat ini kepada orang lain.

Pembahasan rumusan di atas penulis mencoba menghubungkan dan analisa ke teori Kotler tentang kepuasan pelanggan Penerapan Etika Bisnis Islam di Angkringan Abewokz Kasepuhan Cirebon telah menunjukkan dampak yang signifikan dalam memperkuat loyalitas pelanggan. Dampak ini dapat dianalisis dengan menggunakan teori kepuasan pelanggan yang mencakup indikator *Expectations* (Harapan), *Performance* (Kinerja), *Comparison* (Perbandingan), *Confirmation* atau *Disconfirmation* (Konfirmasi atau Diskonfirmasi), dan *Experience* (Pengalaman). Berikut adalah analisis yang menghubungkan teori ini dengan tiga indikator loyalitas pelanggan:

1) *Expectations* (Harapan)

Sebelum membeli barang atau jasa, pelanggan membentuk harapan tentang produk tersebut. Saat melakukan pembelian, mereka berharap barang atau jasa yang diterima memenuhi harapan, keinginan, dan keyakinan mereka. Jika harapan ini terpenuhi, pelanggan akan merasa puas.

Pelanggan datang ke Angkringan Abewokz dengan harapan mendapatkan makanan yang lezat dan suasana yang nyaman. Pelanggan berharap untuk mendapatkan pelayanan yang konsisten dan memuaskan setiap kali mereka berkunjung. Pelanggan yang puas mengharapkan bahwa orang lain juga akan mendapatkan pengalaman yang sama baiknya di Angkringan Abewokz.

2) *Performance* (Kinerja)

Pengalaman pelanggan terhadap kinerja aktual produk atau jasa saat digunakan tidak dipengaruhi oleh harapan mereka. Jika kinerja produk atau jasa berhasil, pelanggan akan merasa puas.

Angkringan Abewokz berhasil memenuhi dan bahkan melampaui harapan pelanggan dengan menyediakan makanan yang unik dan rasa yang khas. AF menyebutkan bumbu makanan yang meresap dan berbeda dari angkringan lain, sedangkan SF menekankan keunikan bumbu pada sate dan es teh tarik. Angkringan Abewokz berhasil memenuhi dan bahkan melampaui harapan pelanggan dengan menyediakan makanan yang unik dan rasa yang khas. AF menyebutkan bumbu makanan yang meresap dan berbeda dari angkringan lain, sedangkan SF menekankan keunikan bumbu pada sate dan es teh tarik. Angkringan Abewokz memenuhi harapan pelanggan melalui keunikan rasa makanan dan pelayanan yang ramah. SF dan OB mengapresiasi keunikan rasa dan kualitas pelayanan yang diterima.

3) *Comparison* (Perbandingan)

Pelanggan membandingkan harapan kinerja produk atau jasa sebelum membeli dengan persepsi kinerja aktualnya. Kepuasan tercapai ketika harapan sebelum pembelian sesuai atau melebihi persepsi kinerja aktual.

Pelanggan membandingkan pengalaman mereka di Angkringan Abewokz dengan tempat lain dan menemukan bahwa Angkringan Abewokz menawarkan sesuatu yang lebih istimewa. Pelanggan membandingkan pengalaman mereka di Angkringan Abewokz dengan tempat lain dan menemukan bahwa Angkringan Abewokz menawarkan sesuatu yang lebih istimewa. Pelanggan yang membandingkan Angkringan Abewokz dengan tempat lain merasa yakin bahwa pengalaman di sini lebih baik dan layak untuk direkomendasikan.

4) *Disconfirmation* (Konfirmasi atau Diskonfirmasi)

Konfirmasi terjadi jika harapan sesuai dengan kinerja aktual produk, sedangkan diskonfirmasi terjadi jika harapan lebih tinggi atau lebih rendah dari kinerja aktual. Kepuasan terjadi ketika harapan terkonfirmasi.

Konfirmasi positif terjadi ketika pelanggan merasakan bahwa pengalaman mereka sesuai atau melebihi harapan awal. Hal ini membuat mereka ingin kembali lagi. terjadi ketika pelanggan merasa nyaman dan puas dengan pelayanan dan kebersihan tempat, seperti yang disebutkan oleh OB dan SV. Pelanggan yang puas mengonfirmasi bahwa pengalaman mereka sesuai atau melebihi harapan, sehingga mereka merasa nyaman untuk merekomendasikan kepada orang lain.

5) *Experience* (Pengalaman)

Harapan pelanggan dipengaruhi oleh pengalaman mereka dalam menggunakan merek dari produk atau jasa yang berbeda dari orang lain. Rasa makanan yang unik dan suasana akrab dengan pemilik, di mana pelanggan merasa seperti keluarga, meningkatkan keinginan mereka untuk berkunjung kembali. Berulang kali dalam hal kenyamanan dan pelayanan membuat pelanggan lebih setia dan kurang tertarik dengan produk serupa dari tempat lain. Pelanggan mendorong mereka untuk berbagi informasi dengan orang lain. IM bahkan membawa komunitas anak ke Angkringan Abewokz karena tempatnya yang luas dan nyaman, menunjukkan tingkat kepercayaan yang tinggi.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan adanya 3 rumusan masalah penelitian yang dibuat dengan merujuk langsung dari rumusan masalah yang ingin di pecahkan. Berikut kesimpulannya adalah:

1. Penerapan Etika Bisnis Islam dalam memperkuat Loyalitas pelanggan pada Angkringan Abewokz Kasepuhan Cirebon
Penerapan Etika Bisnis Islam di Angkringan Abewokz Kasepuhan Cirebon berhasil memperkuat loyalitas pelanggan. Meskipun DB dan SM memiliki motivasi yang berbeda dalam menjalankan bisnis, keduanya sepakat bahwa rezeki berasal dari Allah SWT. Mereka menerapkan prinsip keseimbangan dalam berbisnis dengan transparansi dalam pembayaran kepada pelanggan dan kemitraan yang jujur. Kejujuran dalam bertransaksi dan tanggung jawab terhadap kebersihan warung serta kenyamanan pelanggan juga menjadi fokus mereka. Nilai-nilai ini tidak hanya mempertahankan pelanggan, tetapi juga membantu membangun dasar yang kokoh untuk keberhasilan bisnis mereka.
2. Kendala Etika Bisnis Islam dalam memperkuat Loyalitas pelanggan pada Angkringan Abewokz Kasepuhan Cirebon
Ketika menjalankan usaha, pelaku usaha seperti Angkringan Abewokz Kasepuhan Cirebon sering menghadapi berbagai masalah yang menjadi hambatan dalam perkembangan bisnis mereka. DB menyoroti tantangan utama terkait menjaga konsistensi usaha di tengah persaingan harga yang ketat dan tekanan dari pemasok, sementara SM menghadapi kendala dalam proses mendapatkan sertifikasi halal untuk produk mereka. Persaingan harga yang ketat dan tekanan dari pemasok dapat mempengaruhi kualitas produk dan stabilitas operasional. Sebagai solusi, mereka dapat menambah variasi produk dengan margin keuntungan lebih tinggi, menjaga komunikasi yang baik dengan pemasok, dan menggunakan teknologi untuk meningkatkan efisiensi operasional. Sementara itu, kendala dalam proses sertifikasi halal dapat diatasi dengan menyederhanakan langkah-langkah dalam proses sertifikasi, memberikan informasi kepada pelanggan, dan bekerja sama dengan lembaga sertifikasi halal untuk memahami persyaratan dengan lebih baik. Hal ini menunjukkan pentingnya evaluasi dan penanganan kendala dalam mengatasi hambatan dalam perkembangan usaha mereka.
3. Dampak Etika Bisnis Islam Dalam Memperkuat Loyalitas Pelanggan Pada Angkringan Abewokz Kasepuhan Cirebon
Penerapan Etika Bisnis Islam di Angkringan Abewokz Kasepuhan Cirebon telah menunjukkan dampak yang signifikan dalam memperkuat loyalitas pelanggan. Berdasarkan analisis tiga indikator loyalitas pelanggan, yaitu Repeat (Pengulangan Kunjungan), Retention (Mempertahankan Pelanggan Tetap), dan Referral (Rekomendasi kepada Orang Lain), dapat disimpulkan bahwa etika bisnis Islam memainkan peran penting dalam membangun hubungan yang kuat antara pelanggan dan angkringan ini. Pelanggan kembali berkunjung karena mereka menikmati keunikan rasa makanan dan minuman, serta suasana akrab dengan pemilik.
4. Faktor seperti pelayanan yang ramah, kebersihan tempat yang terjaga, dan pengalaman yang konsisten melebihi harapan pelanggan juga berkontribusi dalam

mempertahankan pelanggan tetap. Selain itu, pelanggan merasa nyaman untuk merekomendasikan Angkringan Abewokz kepada orang lain, karena mereka yakin akan kualitas produk dan pelayanan yang mereka terima. Penerapan etika bisnis Islam tidak hanya menguntungkan dari segi moral dan etika, tetapi juga secara langsung berdampak positif terhadap pertumbuhan bisnis dan loyalitas pelanggan Angkringan Abewokz. Loyalitas pelanggan sebagai bentuk komitmen konsumen terhadap pembelian dengan cara membeli dan menggunakan produk yang dijual sehingga membentuk kualitas hubungan yang meliputi kepuasan, kepercayaan dan loyalitas seperti kesetiaan. Mempunyai pelanggan yang loyal akan membantu dalam mendapatkan pendapatan dan membantu mempertahankan bisnis dengan jangka waktu yang panjang. Oleh karena itu, dibutuhkan inovasi yang tepat agar dapat meningkatkan pelayanan sehingga pelanggan merasa puas dan menjadi loyal terhadap bisnis yang sedang dilakukan. Karena faktor penting dalam mempertahankan persaingan khususnya bisnis angkringan adalah dengan adanya loyalitas pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anastasya, Annisa. (2023). "Data UMKM, Jumlah dan Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Indonesia - UKMINDONESIA.ID." UKMINDONESIA.ID. Retrieved (<https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/data-umkm-jumlah-dan-pertumbuhan-usaha-mikro-kecil-dan-menengah-di-indonesia>).
- Ayuningtyas, A., Vidiati, C., Selasi, D., & Pratama, G. (2024). Peran Etika Bisnis Dalam Perusahaan Dan Agama. *Research Accounting and Auditing Journal*, 1(1), 43-46."
- Hasan, M., Harahap, T. K., Syahrial Hasibuan, S. T., Rodliyah, M. I., Thalbah, S. Z., Rakhman, C. U., ... & Arisah, N. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Tahta Media Group.
- Karjuni, A., & Susliawati, E. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Menurut Perspektif Ekonomi Islam Di Kafe Seblak Ceker Naga Majalengka. *Ecopreneur: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 2(2), 163-177.
- Sintia, Laras. (2022). Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Produksi Manisan Kering Kulit Semangka. Diploma thesis, UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu.
- Ikhsan, M. M. (2021). Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pedagang Di Pasar Tradisional Di Desa Sidomulyo Kecamatan Tungkal Ilir Sumatera Selatan Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Doctoral Dissertation, Institut Agama Islam Darussalam Blokagung Banyuwangi).
- Markha Syarifah Al-Hababa. (2022). Analisis Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pada UMKM Tempe Barokah Desa Jambearum Kecamatan Puger Kabupaten Jember. Skripsi.

- Pratama, F. A., Hanan, A., Alirahman, A. D., Ridwan, M., & Fauziah, F. (2021). Implementasi Marketing Syariah Dalam Upaya Meningkatkan Minat Beli Konsumen di Al-Bahjah Mart Pusat Kabupaten Cirebon. *Ecopreneur: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 2(2), 201-219.
- Hilma, R. (2022). Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Loyalitas Konsumen Pada UMKM Kampung Aree, Pidie (Doctoral dissertation, UIN Ar-Raniry).
- Salim, S. M. A., & Al Fasiri, M. J. (2023). Daya Tarik dan Travel Cost pada Jumlah Pengunjung Keraton Kasepuhan Cirebon. *Journal of Sharia Tourism and Hospitality*, 1(1), 42-48.
- Samosir, Sry Lestari. (2022). "Peluang Pasar: Angkringan - ukmindonesia.id." ukmindonesia.id. Retrieved (<https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/peluang-pasar-angkringan>).
- Sarfiah, S. N., Atmaja, H. E., & Verawati, D. M. (2019). UMKM sebagai pilar membangun ekonomi bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 137-146.
- Stanley, V., & Sidharta, H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Pelanggan Rumah Kost Surabaya Barat. *Performa*, 8(4), 418-427.