
Strategi Peningkatan Pelayanan Prima Untuk Kepuasan Pelanggan Dalam Etika Bisnis Islam

Agus Karjuni¹, Sumarno² dan Patrisya Novita Chissario²

Fakultas Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam

Universitas Islam Bunga Bangsa Cirebon

Email : muhzeta123@gmail.com

Received: 2023-02-24; Accepted: 2023-02-26; Published: 2023-02-28

Abstrak

Strategi Peningkatan Pelayanan Prima Untuk Kepuasan Pelanggan Dalam Etika Bisnis Islam. Kajiannya dilatar belakangi oleh ketatnya persaingan antar usaha dan konsumen yang semakin kritis mengharuskan pelaku usaha meningkatkan pelayanan prima untuk tetap menjaga kepuasan pelanggannya dengan menggunakan etika bisnis yang sesuai dengan pedoman islam. Diharapkan perusahaan mampu memberikan pelayanan yang terbaik dalam memenuhi kepuasan pelanggan. Penelitian ini merupakan jenis penelitian Kualitatif dengan menggunakan jenis sumber data primer dan data sekunder, dan teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi. Serta teknis analisis data yang digunakan yaitu reduksi, penyajian, penarikan kesimpulan dan pengumpulan data. Teknik keabsahan dalam penelitian ini yaitu menggunakan triangulasi data. Berdasarkan hasil penelitian bahwa strategi pelayanan yang dilakukan oleh Yogya Junction Cirebon dengan meningkatkan pelayanan prima dalam menjaga kepuasan pelanggannya tidak terlepas dari dua strategi yang pertama ada 5 Strategi mengenai pelayanan prima yaitu bukti nyata, Keandalan (reliability), Kesigapan (responsiveness), Empati (Empathy), Jaminan (Assurance) ada pun yang kedua menurut perspektif bisnis islam meliputi kesatuan, kehendak bebas, tanggung jawab, terakhir keseimbangan dan keadilan. Strategi peningkatan pelayanan untuk menjaga kepuasan pelanggan diharapkan mampu memberikan nilai tambah bagi perusahaan. Dengan adanya strategi pelayanan yang prima, diharapkan pelaku usaha akan memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan yang sesuai dengan etika bisnis islam agar dapat terus menjaga kepuasan pelanggan sehingga bisa tercapainya visi dan misi perusahaan dan dapat bersaing dengan kompetitor lain. Penelitian ini diharapkan akan menjadi bahan informasi dan masukan bagi karyawan khususnya di Yogya Junction Cirebon, terutama dalam memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan.

Kata Kunci : Strategi, kepuasan, etika.

Abstrct

Strategy to Improve Excellent Service for Customer Satisfaction in Islamic Business Ethics. This study is motivated by the intense competition between businesses and consumers who are increasingly critical of requiring business actors to improve excellent service to maintain customer satisfaction by using business ethics in accordance with Islamic guidelines. The company is expected to be able to provide the best service in meeting customer satisfaction. This research is a type of qualitative research using primary and secondary data sources, and data collection techniques using interviews, observation and documentation. As well as the technical analysis of the data used, namely reduction, presentation, conclusion drawing and data collection. The validity technique in this research is using data triangulation. Based on the results of the research that the service strategy carried out by Yogya Junction Cirebon by improving excellent service in maintaining customer satisfaction is inseparable from the first two strategies, there are 5 strategies regarding excellent service, namely tangible evidence, reliability, responsiveness, empathy), Assurance (Assurance) there is also the second according to the perspective of Islamic business includes unity, free will, responsibility, lastly balance and justice.

Service improvement strategies to maintain customer satisfaction are expected to provide added value for the company. With an excellent service strategy, it is hoped that business actors will provide the best service to customers in accordance with Islamic business ethics so that they can continue to maintain customer satisfaction so that the company's vision and mission can be achieved and can compete with other competitors. This research is expected to be a material for information and input for special employees at Yogya Junction Cirebon, especially in providing good service to customers.

Keywords: Strategy, satisfaction, ethics.

PENDAHULUAN

Di era modern ini, dalam menghadapi persaingan yang penuh tantangan dan peluang, sebagai pelayan masyarakat sudah semestinya memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya menuju *service excellent*, maka diperlukan suatu strategi peningkatan pelayanan prima yang baik. Strategi pelayanan prima yang diberikan kepada masyarakat setiap waktu menuntut pelayanan publik yang berkualitas dari birokrat yang dilakukan secara transparan dan akuntabilitas. Sebagai profesi yang bergerak di bidang pelayanan publik, berpijak pada prinsip-prinsip profesionalisme dan etika adalah hal yang wajib. Seperti akuntabilitas, efisiensi, netralitas, efektifitas, integritas, dan keadilan bagi semua penerima pelayanan. Dengan itu, jika suatu perusahaan dapat menjaga kualitas nilai dan memberikan kepuasan pelanggan dalam hal barang atau jasa yang memenuhi permintaan, maka akan memenangkan persaingan. Pelayanan yang tidak memuaskan akan berdampak besar pada nilai dan citra perusahaan. Hal ini menjadi tantangan besar bagi perusahaan dalam membangun citra dan kepercayaan serta pelayanan yang memuaskan sehingga dapat tercipta pelayanan yang prima.

Pelayanan prima biasanya erat dalam bisnis jasa pelayanan dalam upaya memberikan rasa puas dan kepercayaan pada pelanggan, sehingga pelanggan merasa dirinya di pentingkan dan diperhatikan dengan baik dan benar. Akan tetapi tidak cukup hanya dengan memberi rasa puas dan perhatian kepada pelanggan saja, lebih dari itu adalah bagaimana cara merespon keinginan pelanggan. Pelayanan prima harus ditunjang dengan sumber daya manusia yang handal yang mempunyai visi yang mengedepankan kemajuan perusahaan dan dapat mengembangkan strategi unggul. Di samping itu, pengupayaan harus dilakukan terus-menerus untuk meningkatkan kemampuan pelayanan prima oleh karyawan agar dapat menumbuhkan dedikasi dan memberikan pelayanan sebaik-baiknya dalam menawarkan produk pada pelanggan untuk tetap setia menggunakan produk, hingga pelanggan tersebut tidak melirik atau memakai produk lain.

Kepuasan pelanggan ditentukan oleh pelayanan prima yang tepat. Dimana pelayanan prima tersebut mencakup 6 konsep antara lain : *attitude* (sikap), *ability* (kemampuan), *attention* (perhatian), *action* (tidakan), *accountability* (tanggung jawab), *appearance* (penampilan). Dari keenam konsep tersebut, dapat disimpulkan dengan memberikan pelayanan prima untuk memenuhi dan memuaskan para pelanggan, maka selain perusahaan mendapat citra yang baik di mata konsumen, perusahaan juga mendapatkan keuntungan maksimal. Pelayanan yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen, selain itu juga erat kaitannya dalam menciptakan keuntungan bagi perusahaan. Semakin berkualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan akan semakin tinggi. (Wibisono , 2016)

Dalam persaingan yang semakin ketat untuk memenuhi kebutuhan konsumen, setiap perusahaan harus berorientasi pada kepuasan konsumen sebagai tujuan utama dalam memberikan pelayanan. Hal ini dapat dilihat dari semakin banyaknya perusahaan yang menyertakan komitmennya terhadap kepuasan pelanggan dalam misi perusahaan. memberikan nilai kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk maupun jasa yang berkualitas dengan harga bersaing merupakan kunci utama untuk memenangkan persaingan (Tjiptono, 2008)

Pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan tujuan utama dalam perusahaan karena tanpa pelanggan, perusahaan tidak akan ada. Asset perusahaan sangat kecil nilainya tanpa keberadaan pelanggan. Karena itu tugas utama perusahaan adalah menarik dan mempertahankan pelanggan. Konsep menjual atau penjualan memusatkan perhatian pada kebutuhan penjual, konsep pemasaran pada kebutuhan penjual untuk mengubah produknya menjadi uang tunai, bila pelayanan tidak menjadi prioritas utama maka akan mengakibatkan gagalnya penjualan produk atau jasa sehingga menurunkan segi profitabilitas.

Dalam era kompetisi yang ketat seperti sekarang, kepuasan pelanggan merupakan hal yang sangat utama, pelanggan ibaratkan seorang raja yang harus dilayani namun hal ini bkb berarti menyerahkan segalanya kepada pelanggan. Usaha memuaskan kebutuhan pelanggan harus dilakukan secara menguntungkan atau bersifat win-win-solution. Proses kepuasan pelanggan yang memuaskan tidak hanya membutuhkan produk atau layanan berkualitas tinggi, tetapi juga sistem layanan yang mendukung. Dengan cara ini, pelanggan akan puas dengan produk atau layanan yang dibutuhkan dan puas dengan layanan yang diberikan.

Adanya kepuasan pelanggan juga akan mempengaruhi pertumbuhan omset penjualan, sebaliknya jika pelanggan tidak pas maka permintaan akan turun dan omset penjualan juga akan menurun. Hal penting lainnya yang perlu diperhatikan adalah pelanggan yang tidak puas dengan produk tidak akan lagi membeli atau menggunakan produk yang kami sediakan. Selain itu, pelanggan yang tidak puas juga dapat menginformasikan kepada konsumen lain tentang informasi buruk yang mereka peroleh, sehingga menimbulkan kesan buruk di kalangan konsumen.

Dunia bisnis yang berkembang dengan pesat menjadi tantangan bagi para pelaku usaha agar dapat memenangkan persaingan dan mempertahankan kelangsungan usahanya. Dibandingkan dengan kompetitor, perusahaan yang ingin berkembang dan memperoleh keunggulan bersaing harus mampu menyediakan produk yang berkualitas dengan harga yang murah. Untuk memenangkan persaingan bisnis, mempertahankan pasar yang dimilikinya, dan merebut pasar yang ada, bisnis harus memiliki kemampuan untuk beradaptasi dengan strategi bisnis dan lingkungan pembangunan yang berkelanjutan mengalami perubahan yang terjadi, serta mampu memenuhi dan menanggapi setiap tuntutan pelanggan yang semakin beraneka ragam dan terus berubah-ubah.

Oleh karena itu, perusahaan perlu memahami perilaku pelanggan dalam proses pemilihan, pembelian, penggunaan, dan evaluasi produk atau jasa dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan. Perilaku pelanggan menjadikan dasar penentu untuk membuat keputusan membeli. Maka hal pertama yang harus dilakukan yaitu, merancang strategi pelayanan yang tepat. Hal ini dimaksudkan agar seluruh barang dan jasa yang ditawarkan akan menjadi tempat yang baik di mata masyarakat. Pada dasarnya, konsumen dipengaruhi oleh beberapa hal dalam proses pembelian. Untuk meneliti dan menganalisa kepuasan pelanggan yang berkaitan dengan jasa suatu perusahaan, maka terlebih dahulu mengetahui apa yang menjadi keinginan dan kebutuhan pelanggan. Pada saat yang sama, terdapat proses pengambilan keputusan berdasarkan penglihatan, pendengaran dan persepsi yang bergantung pada lingkungan tempat pelanggan berada.

Konsep pelayanan prima dalam perspektif islam, perlu diketahui bahwa ada 2 model hubungan (interaksi) didunia ini antara lain : pertama, hubungan (interaksi) manusia dengan Tuhannya (disebut dengan ibadah). Kedua, hubungan (interaksi) dengan sesama (disebut muamalah). Interaksi antar sesama manusia memiliki 2 nilai yang tidak bisa dipisahkan satu dengan lainnya. Pertama adalah interaksi tersebut harus selaras dengan hukum islam, lalu yang kedua adalah interaksi itu mempunyai kandungan nilai-nilai akhlak yang mulia. Yang dimaksud selaras dengan hukum adalah interaksi antar manusia harus sejalan dengan *rule* syariat islam. Sedangkan yang dimaksud dengan kandungan nilai akhlak adalah bahwa interaksi yang mendapat legitimasi hukum islam pasti mempunyai nilai-nilai akhlak mulia didalamnya.

Memberikan pelayanan prima pada setiap umat manusia merupakan akhlak yang mulia dan menjadi pintu kebaikan bagi siapapun yang melakukan. Dalam salah satu haditsnya Rasulullah SAW memerintahkan kita agar berusaha menjadi umat yang bermanfaat bagi semua orang. Hal ini disampaikan beliau dalam sebuah hadits yang diriwayatkan sahabat Jabir Bin Abdillah :

حَيْرُ النَّاسِ أَنْفَعُهُمُ لِلنَّاسِ

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

Dalam kitab Sohih Muslim sahabat Abu Hurairah RA meriwayatkan sebuah hadits yang berbunyi : “Barang siapa menghilangkan (memberikan solusi) kesukaran seorang mukmin didunia maka kelak Allah akan menghilangkan kesukarannya dihari kiamat. Barang siapa yang memberikan kemudahan bagi orang yang sedang mengalami kesulitan, maka Allah akan memudahkan urusan duniawi dan akhiratnya. Dan barang siapa menutupi (aib) seorang muslim, maka Allah akan menutupi (keburukannya) didunia dan akhirat, dan Allah akan senantiasa membantu hamba-Nya selama dia mau membantu saudaranya.”

Hadits ini menjelaskan keutamaan yang didapat apabila seseorang mau membantu dan memberikan pelayan kepada sesama manusia dalam memenuhi kebutuhannya. Pelayanan pada dasarnya dapat dihasilkan dan dirasakan pada waktu yang bersamaan, seandainya ingin diserahkan pada orang lain, maka akan tetap merupakan bagian dari pelayanan. Jasa dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan. Tidak seperti barang fisik yang diproduksi, disimpan dalam persediaan, didistribusikan melewati berbagai penjual dan kemudian baru dikonsumsi. Jika seseorang memberikan pelayanan, maka penyedia merupakan bagian dari jasa itu. Baik penyedia maupun klien mempengaruhi hasil jasa. (Rustiana, 2017)

Menurut (Wibisono 2016) kepuasan konsumen terhadap perusahaan jasa diartikan sebagai suatu keadaan dimana harapan konsumen terhadap suatu pelayanan sesuai dengan kenyataan yang diterima tentang pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Jika pelayanan yang diberikan jauh dari harapan konsumen, maka konsumen akan merasa kecewa. Sebaliknya, jika pelayanan diberikan sesuai dengan harapan konsumen, maka konsumen akan senang dan menjadi konsumen yang loyal. Harapan konsumen dapat diketahui dari pengalaman mereka saat menggunakan pelayanan perusahaan jasa yang bersumber dari informasi iklan ataupun omongan orang lain.

Pada intinya, kepuasan pelanggan merupakan hasil dari evaluasi purna jual. Dalam evaluasi ini pentingnya pelayanan yang diberikan setidaknya dapat sesuai atau bahkan melebihi ekspektasi konsumen. Dengan menerapkan strategi pelayanan prima maka akan meningkatkan nilai dari bisnis itu sendiri. Tingkat persaingan yang semakin ketat dan konsumennya yang semakin kritis, mengharuskan pelaku usaha untuk tetap menjaga kepuasan pelanggan.

Untuk mencapai tujuan bisnis utama (yaitu laba atau rugi) terkadang perusahaan kurang memperhatikan kewajiban moralnya. Pelaku usaha sering mengabaikan nilai-nilai etika yang seharusnya diperhatikan. Di Indonesia pelanggaran etika bisnis banyak terjadi pada beberapa perusahaan baik skala besar maupun skala kecil, banyak pelaku usaha bisnis yang apatis terhadap etika dan berbuat curah dalam menjalankan bisnisnya. Dalam dunia bisnis memiliki keinginan untuk memperoleh keuntungan merupakan suatu hal yang wajar, akan tetapi hak pembeli harus tetap dihormati, dalam arti penjual harus tetap toleran terhadap keinginan pembeli (Djakfar, 2007)

Berkaitan dengan profesionalisme, Rasulullah pernah mengatakan "apabila urusan (manajemen), diserahkan kepada yang bukan ahlinya, maka tunggulah kehancurannya." Disini letak pentingnya profesionalisme dalam menjalankan bisnis islami. Untuk memulai dan menjalankan bisnis ditentukan tidak boleh lepas dari penerapan etika, karena mengimplementasikan etika bisnis akan mengarahkan kehidupan manusia untuk mencapai kebahagiaan dunia dalam memperoleh keuntungan materiil dan kebahagiaan akhirat dengan memperoleh ridha Allah SWT (Djakfar, 2007) etika bisnis islam merupakan suatu norma yang bersumber dari Al-Quran dan Hadist yang dijadikan pedoman untuk bertindak, bersikap, bertingkah laku, serta membedakan antara mana yang baik dan mana yang buruk dalam melakukan aktivitas bisnis Dengan demikian antara etika dan bisnis merupakan

dua hal yang erat hubungannya sehingga tidak dapat dipisahkan. Al-Quran memberi petunjuk agar dalam berbisnis tercipta hubungan yang harmonis, saling ridha, tidak ada unsur eksploitasi, bebas dari penipuan. Sebagaimana firman Allah dalam surah Al-Baqarah ayat 282 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَيْتُمْ بِدِينٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ

Artinya "hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermuamalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya".

Etika bisnis diperlukan sebagai penerapan khusus ide-ide etika umum (sosial) terhadap perilaku bisnis, bisnis yang merupakan kegiatan manusia dalam barang dan jasa guna memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat dalam melakukan aktivitasnya, suatu usaha harus memperhitungkan berbagai akibat yang dapat ditimbulkan oleh keputusan maupun tindakan usahannya. Menerapkan strategi yang sesuai dengan etika bisnis islam dalam mengelola usahanya maka akan timbul kepercayaan konsumen terhadap kualitas usaha tersebut. Konsumen akan merasa dilayani dan diperlakukan secara etis sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan menerapkan etika dalam menjalankan bisnis maka akan meningkatkan nilai dari bisnis itu sendiri.

Kajian Teori

1. Pengertian Strategi Pelayanan

Terlebih dahulu perlu kita pahami beberapa istilah yang hampir sama artinya dengan strategi pelayanan. Dalam sebuah perusahaan, strategi merupakan salah satu faktor utama agar perusahaan dapat berjalan baik. Strategi menggambarkan pedoman bisnis yang diikuti lingkungan yang merupakan dasar untuk mengalokasikan sumber daya suatu organisasi. (Tjiptono, 2008) . Sedangkan Menurut Profesor Dr. A.M Kardiman, strategi adalah menentukan tujuan jangka panjang utama perusahaan atau organisasi, serta memilih tindakan dan cara mengalokasikan sumber daya untuk mencapai tujuan tersebut.

Dari beberapa pengertian diatas, strategi pelayanan merupakan cara untuk mencapai suatu tujuan yang dilakukan melalui jasa berupa sikap, kecepatan, hubungan ataupun hal lain, guna memperoleh kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan menjadi bagian dari strategi manajemen pemasaran. Kualitas pelayanan menjadi satu bagian faktor yang dominan terhadap keberhasilan suatu organisasi. Pengembangan kualitas sangat didorong oleh kondisi persaingan antar perusahaan, kemajuan teknologi, tahapan perekonomian, sosial dan budaya.(Widyatama &Suprpty, 2018)

2. Pengertian Pelayanan Prima

Menurut (Dhiani et al., 2021) Pelayanan yang memenuhi pedoman kualitas menyiratkan bahwa pelayanan yang diberikan oleh organisasi sesuai dengan asumsi dan pemenuhan klien atau daerah setempat. Bantuan fenomenal harus didukung oleh SDM berkualitas yang dapat diandalkan, memiliki visi yang jauh dan dapat mengembangkan metodologi dan tip untuk bantuan besar yang menikmati manfaat. Demikian juga, kita harus terus berupaya meningkatkan kapasitas petugas pelayanan sehingga mereka dapat meningkatkan komitmen dan memberikan dukungan terbaik kepada klien untuk tetap setia menggunakan barang dan pelayanan kita tanpa memeriksa atau menggunakan barang lain.(Asih, 2016)

Oleh karena itu, mempelajari gagasan tentang pelayanan yang hebat adalah penting. Karena ide ini sangat penting bagi individu yang mengelola klien secara langsung atau disebut sebagai frontliners, misalnya, juru tulis, server, layanan klien, dll. Bantuan yang luar biasa karena kami menganggapnya sebagai bantuan yang umumnya sangat baik atau terbaik, tetapi dalam

menjalankannya tidak. Bukan tanpa masalah berbagai masalah yang dihadapi termasuk masalah otoritas pemerintah yang menempatkan diri mereka sebagai pekerja masyarakat namun lebih merasa seperti individu yang dilayani bukan sebagai pekerja. (Nur, 2017)

Perelayanan prima adalah jenis kebutuhan atau minat dalam bisnis bantuan atau pengelolaan pertukaran pembeli/klien. Dalam dunia bisnis, persaingan antara para visioner bisnis sangatlah ketat. Hal inilah yang kemudian, pada saat itu, memunculkan para visioner bisnis yang menawarkan jenis-jenis bantuan yang memuaskan klien mereka, karena, seandainya mereka tidak menawarkan dukungan yang fenomenal maka klien akan berpindah ke tempat lain. Pelaksanaan bantuan besar membutuhkan bantuan Sumber Daya Manusia (SDM), khususnya perwakilan atau pekerja yang solid dan siap, menyiratkan bahwa perwakilan yang dapat mendominasi apa yang dilakukan juga siap bekerja setiap perangkat dan kerangka pendukung. (Nur, 2017).

3. Pengertian kepuasan pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah elemen utama pada bisnis. Kepuasan pelanggan adalah reaksi pembeli terhadap penilaian ketidakkonsistenan yang tampak antara asumsi sebelumnya dan pelaksanaan item yang tampak. Sebuah organisasi bantuan harus mengikuti sifat administrasi yang diusulkan untuk berada di atas pesaing dan lebih menonjol daripada yang dibayangkan oleh pembeli. Perusahaan juga harus mendapatkan apa persyaratan dan asumsi pembeli untuk produk atau layanan yang diiklankan. (Rohaeni & Marwa, 2018)

Dengan memenuhi kebutuhan dan tuntutan pelanggan maka akan berdampak positif bagi perusahaan. Tentunya jika konsumen merasa puas dengan produknya, konsumen tersebut akan selalu terus menggunakan atau mengkonsumsi produk tersebut. Dengan demikian, produk perusahaan dapat dideklarasikan di pasar sebagai produk yang dapat dijual, sehingga perusahaan dapat memperoleh keuntungan, dan pada akhirnya perusahaan akan terus bertahan bahkan berkembang.

Kepuasan pelanggan dapat didefinisikan sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil mereka dengan harapan. Perbandingan antara ekspektasi dan kinerja akan menghasilkan perasaan bahwa pelanggan merasa senang atau kecewa. Jika kinerjanya memenuhi atau melebihi harapan, pelanggan akan merasa puas dan puas. Sebaliknya jika kinerjanya lebih rendah dari yang diharapkan maka pelanggan akan kecewa atau tidak puas.

4. Pengertian Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam adalah akhlak dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam, sehingga dalam melaksanakan bisnisnya tidak perlu ada kekhawatiran, sebab sudah diyakini sebagai sesuatu yang baik dan benar. Nilai etik, moral, susila atau akhlak adalah nilai-nilai yang mendorong manusia menjadi pribadi yang utuh. Seperti kejujuran, kebenaran, keadilan, kemerdekaan, kebahagiaan dan cinta kasih. Apabila nilai etik ini dilaksanakan akan menyempurnakan hakikat manusia seutuhnya.

Etika adalah ilmu yang berkonsentrasi pada norma-norma moral individu dan prinsip-prinsip moral di arena publik. Etika adalah asal mula aktivitas benar atau salah. Etika memberikan arahan apakah suatu cara berperilaku tertentu dapat disebut sebagai cara berperilaku yang bermoral atau korup. (Solihin, 2006 : 103)

Etika didefinisikan secara umum adalah sebagai suatu usaha yang sistematis dengan menggunakan rasio atau ukuran untuk menafsirkan pengalaman moral individual dan sosial sehingga dapat menetapkan aturan untuk mengendalikan perilaku manusia serta nilai-nilai yang dapat dijadikan acuan.

Bisnis berasal dari bahasa Inggris yang berarti: perusahaan, urusan atau usaha. Dalam buku pengantar bisnis karangan Buchari Alma, *Hughes and Kapoor menyatakan: Business is the organized effort of individuals to produce and sell for a profit, the goods and services that satisfy society's needs. The general term business refers to all such effort within a society or within an industry.* Maksudnya

bisnis ialah suatu kegiatan individu yang terorganisasi yang menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Secara umum kegiatan ini ada di dalam masyarakat, dan ada dalam industry. Orang yang berusaha menggunakan uang dan waktunya dengan menanggung resiko, dalam menjalankan kegiatan bisnis disebut Entrepreneur. Untuk menjalankan kegiatan bisnis maka entrepreneur harus mengkombinasikan empat macam sumber, yaitu: material, financial, human, dan informasi (Ghafur, 2018)

Menurut ajaran Islam, ada hubungan antara moralitas dan bisnis Dua hal yang berhubungan dengan menghasilkan pesanan bisnis Kedua belah pihak saling menguntungkan.

Pahami etika Bisnis Islam perlu dipahami melalui peran dan tanggung jawab manusia di dunia.

Allah SWT telah berfirman dalam surat Adz-Dzariat ayat 56 :

وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ

Artinya:” Dan Aku tidak menciptakan jin dan manusia melainkan supaya mereka mengabdikan kepada-Ku.”

Dalam Ayat ini menegaskan bahwa Allah swt. Tidaklah menjadikan jin dan manusia melainkan untuk mengenal-Nya dan supaya menyembah-Nya. Oleh karena itu semua tindakan manusia di dunia ini adalah semata-mata ibadah untuk mengabdikan kepada Allah swt. Semua tindakan manusia harus mengikuti perintah-Nya dan menghindari larangan-Nya. Semua tindakan tersebut juga termasuk tindakan dalam berwirausaha.

Tiga unsur perusahaan dalam meningkatkan etika bisnis nya :

Pertama, tujuan dan nilai yang dianut pimpinan perusahaan (khususnya ditingkat puncak). Dalam kaitan ini manajer eksekutif adalah ujung tombak untuk menentukan apakah perilaku bisnis berwawasan etika atau tidak, dalam arti berbagai keputusan penting berada ditangannya. Selain itu, manajer puncak ini berpeluang besar untuk menciptakan suasana bernuansa etika di perusahaannya.

Kedua, karakter pribadi dan manajer dan karyawan. Dalam hal ini berkaitan dengan kekuatan karakter pribadi merupakan salah satu kunci untuk mencapai standar etika bisnis yang tinggi. Sumber daya manusia yang memiliki integritas akan menghasilkan organisasi yang menghasilkan integritas pula.

Ketiga, tradisi, perilaku, praktik bisnis, dan iklim etika yang diserap kedalam budaya perusahaan. Adanya budaya perusahaan dan iklim etika akan dapat membawa kearah dua kutub yang berlawanan, yakni menghasilkan bisnis yang baik atau malah sebaliknya.

Beberapa alasan mengapa bisnis harus mengindahkan etika:

- 1) Pada umumnya masyarakat yang maju cenderung menuntut para pelaku bisnis untuk bertindak etis. Berperilaku jujur dalam menjalankan aktivitas bisnis. Perusahaan yang etis akan mendapat dukungan dan pembenaran dari masyarakat.
- 2) Pelaku bisnis harus bertindak etis untuk menghindari kerugian kelompok kepentingan, seperti pemasok, pelanggan, perantara, pemerintah, dan lainnya.
- 3) Melindungi perusahaan dari perilaku yang tidak etis, baik dari dalam maupun dari luar.

- 4) Kinerja etika bisnis yang tinggi akan melindungi masyarakat yang akan bekerja disektor bisnis dari ancaman lingkungan kerja yang tidak adil.

5. *Prinsip Etika Bisnis Islam*

Bisnis termasuk kata yang sering digunakan orang, namun tidak semuanya memahami kata bisnis secara tepat dan proporsional. *Hughes dan Kapoor* seperti dikutip oleh Buchari Alma menjelaskan bahwa bisnis adalah suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. (Arquitectura et al., 2015)

Etika mengarahkan manusia menuju aktualisasi kapasitas terbaiknya. Penerapan etika dan kejujuran dalam bisnis akan meningkatkan nilai entitas bisnis itu sendiri. Dengan tingkat persaingan yang semakin tinggi ditambah dengan konsumen yang semakin kritis, maka kalau kepusan konsumen tetap dijaga akan menyebabkan perusahaan sustainable dan dapat dipercaya dalam jangka panjang. Perusahaan yang menerapkan etika akan meningkatkan motivasi para pekerja, karena bekerja selain dituntut menghasilkan yang terbaik, juga diperoleh dengan cara yang baik pula. Penerapan etika bisnis juga melindungi prinsip kebebasan berusaha dan meningkatkan keunggulan bersaing, selain itu juga mencegah terkena sanksisanksi pemerintah karena melanggar etika yang dapat digolongkan sebagai perbuatan melawan hukum. Tanpa etika bisnis maka, perusahaan akan 52 Sri Nawatmi Fokus Ekonomi lepas kendali, menggunakan berbagai cara, mengurbankan apa saja demi mencapai tujuan. (Nawatmi, 2010)

METODOLOGI PENELITIAN

Dalam penelitian ini pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Creswell menyatakan penelitian kualitatif sebagai suatu gambaran kompleks, meneliti kata-kata, laporan terinci dari pandangan responden dan melakukan studi pada situasi yang alami. Penelitian kualitatif merupakan riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis dengan pendekatan induktif. Proses dan makna (perspektif informan) lebih ditonjolkan dalam penelitian kualitatif. Landasan teori dimanfaatkan sebagai pemandu agar fokus penelitian sesuai dengan fakta dilapangan. Selain itu, landasan teori juga bermanfaat untuk memberikan gambaran umum tentang latar penelitian dan sebagai bahan pembahasan hasil penelitian. Terdapat perbedaan mendasar antara peran landasan teori dalam penelitian kuantitatif dan kualitatif. Dalam penelitian kuantitatif, penelitian berangkat dari teori menuju data, dan berakhir pada penerimaan atau penolakan terhadap teori yang digunakan. Adapun dalam penelitian kualitatif peneliti bertolak dari data, memanfaatkan teori yang ada sebagai penjelas, dan berakhir dengan suatu teori. (Juliansah, 2011)

PEMBAHASAN

1. Strategi peningkatan pelayanan prima untuk kepuasan pelanggan.

Yogya Junction yang berada di Jalan Kartini No 26 Kota Cirebon adalah salah satu bentuk usaha yang menyediakan kebutuhan pokok, fashion, elektronik, dan tempat makan yang berkualitas dan kuantitas yang tidak kalah dengan kompetitor lain. Yogya Junction Cirebon menggunakan strategi untuk meningkatkan pelayanan prima dalam hal kepuasan pelanggan. Beberapa cara tersebut dilakukan agar pelanggan yang lama tetap dapat bertahan dan menarik minat pelanggan baru diantaranya adalah :

Bukti Fisik

Bukti fisik merupakan salah satu bentuk pelayanan yang dapat diberikan perusahaan melalui beberapa bentuk. Memberikan produk yang berkualitas, serta bebas dari kerusakan sampai ditangan pelanggan menjadi suatu rasa puas tersendiri bagi pelanggan.

Dari hasil wawancara dapat diketahui bahwa Yogya Junction Cirebon telah melakukan strategi peningkatan pelayanan prima berupa bukti fisik yang ditunjukkan melalui kualitas produk yang selalu menjadi prioritas.

Keandalan (*reability*)

Keandalan merupakan kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan cepat, akurat, dan memuaskan. Sudah merupakan suatu hal yang tidak asing di dengar suatu toko ritel selalu berhubungan dengan waktu, janji, dan pemesanan dalam kegiatan usahanya. Ketiganya saling berkaitan karena dengan ketepatan waktu dan janji dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan yang baik sehingga pelanggan dapat dengan puas dan terlayani dengan baik.

Dari hasil wawancara dapat diketahui bahwa Yogya Junction Cirebon telah melakukan strategi pelayanan berupa ketepatan waktu dalam melayani pesanan pelanggan.

c. Daya Tanggap (*responsiveness*)

Daya tanggap dapat berupa respon atau kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan prima yang meliputi kecepatan, kesigapan, dan ketangkasan karyawan dalam melayani pelanggan.

Dari hasil wawancara dapat diketahui bahwa strategi pelayanan berupa daya tanggap yang baik merupakan bentuk peningkatan pelayanan prima dari pihak karyawan telah dilakukan untuk menciptakan perasaan puas terhadap pelanggan.

Jaminan (*assurance*)

Jaminan yang dimaksud dalam hal ini adalah mencakup dari pengetahuan, dan sifat yang dapat dipercaya yang dimiliki perusahaan, bebas dari bahaya dan resiko keragu-raguan serta rasa puas dalam berbelanja.

Sesuai dengan bisnis objective Yogya yaitu “Produk berkualitas, Unggul layanan, Akrab bersahabat, dan Suasana menyenangkan (PUAS)” tentunya Junction Cirebon harus selalu menjaga kepercayaan pelanggan dengan pelayanan prima yang baik untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Tentunya untuk menciptakan kepuasan pelanggan, Junction Cirebon harus menyediakan produk yang berkualitas sesuai dengan harapan konsumen. Tetapi sebaliknya jika apa yang diharapkan konsumen tidak bisa tercapai, maka konsumen akan merasakan kecewa dan tidak berbelanja lagi. Ketika merasa dikecewakan, konsumen akan melakukan complain atas apa yang ia rasakan dengan barang yang diberikan.

Melihat jawaban dari Bapak Aunur, dapat diketahui bahwa Yogya Junction Cirebon selalu memberikan pelayanan yang terbaik dan terus mempertahankan kepercayaan di hati masyarakat.

b. Empati

Empati merupakan kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, dan memahami apa yang menjadi kebutuhan pelanggan. Dalam strategi ini dapat ditunjukkan melalui komunikasi yang baik antara karyawan dengan pelanggan dan supplier. Dimana komunikasi merupakan hubungan

timbang balik antar sesama bisnis. Ketika komunikasi terjalin dengan baik, maka akan mudah diketahui seperti apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen serta inovasi yang diungkapkan.

Dapat disimpulkan bahwa pelayanan berupa rasa empati telah dilakukan Yogya Junction Cirebon ini telah terlihat dengan dilakukannya komunikasi yang baik dengan pelanggan.

Berdasarkan hasil wawancara mengenai strategi peningkatan pelayanan prima untuk kepuasan pelanggan di Yogya Junction Cirebon telah menerapkan beberapa strategi tersebut dengan baik. Sehingga dengan strategi tersebut diharapkan mampu menciptakan tingkat kepuasan pelanggan dengan maksimal.

2. Metode indikator dalam mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan prima.

Wawancara yang dilakukan dengan Manajer, Supervisor, Karyawan, dan Pelanggan pada usaha ritel memperoleh jawaban yang berkaitan dengan tingkat kepuasan pelanggan Yogya Junction Cirebon. Adapun 4 (empat) indikator yang banyak digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan, yaitu :

a. Sistem keluhan dan saran

Sistem keluhan dan saran merupakan salah satu metode untuk memperkirakan tingkat kepuasan pelanggan yang dapat memunculkan pemikiran baru dan kontribusi yang signifikan bagi organisasi, sehingga dapat mempertimbangkan tanggapan yang responsif dan segera mengalahkannya yang muncul.

Yogya Junction Cirebon didirikan tentunya memiliki banyak pertimbangan, antara lain mengingat perkantoran yang akan digunakan untuk meningkatkan loyalitas konsumen, dan meyakinkan barang yang akan dijual serta tempat-tempat vital.

maka dapat diketahui bahwa Yogya Junction Cirebon telah menjalani sistem keluhan dan saran untuk para pelanggannya. Dan dengan mengetahui 2 hal penting ini tentunya akan membawa dampak positif untuk kemajuan perusahaan.

b. Ghost Shopping

Perusahaan dapat menggunakan pihak ketiga untuk mengamati kekuatan dan kelemahan yang mereka alami dalam membeli barang perusahaan. Tentunya hal ini tidak boleh diketahui karyawannya. Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, ada beberapa strategi pengukuran untuk mengukur kepuasan pelanggan.

Dapat disimpulkan bahwa Yogya Junction Cirebon telah melakukan strategi Ghost Shopping untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan.

Diketahui bahwa pelanggan Yogya Junction Cirebon belum ada yang beralih berbelanja ke kompetitor lain, komunikasi yang terjalin dengan baik kepada antara pelanggan dengan karyawan selalu menjadi prioritas untuk mengetahui apa yang menjadi kebutuhan pelanggan.

c. Survey Kepuasan Pelanggan

Survey mengenai kepuasan pelanggan biasanya dilakukan dengan berbagai metode, baik melalui telepon, email, atau wawancara langsung. Strategi ini dilakukan untuk mengetahui penilaian dari pelanggan mengenai produk, pelayanan, dan fasilitas yang telah disediakan perusahaan.

d. Last Customer Analysis

Dalam strategi ini, perusahaan berupaya untuk menghubungi kembali pelanggan yang telah berhenti atau yang telah beralih berbelanja ke kompetitor lain.

Dapat disimpulkan bahwa Yoga Junction Cirebon telah melakukan survey kepuasan pelanggan. Hal tersebut dapat dilihat dari beberapa strategi yang tentunya akan berdampak positif untuk perusahaan.

3. *Pandangan etika bisnis islam terhadap strategi peningkatan pelayanan prima untuk kepuasan pelanggan.*

Kedudukan etika dalam berbisnis merupakan hal yang sangat penting sebagai acuan dalam suatu bisnis. Etika bisnis islam terdiri dari beberapa prinsip yang diantaranya :

a. Kesatuan (tauhid)

Kesatuan adalah pedoman dimana menjaga suatu usaha tidak lepas dari pengawasan Allah SWT. Dimana aturan kesatuan dalam bisnis membuat signifikansi kontras untuk membuat asosiasi yang layak.

Setiap perusahaan atau bisnis lainnya sebaiknya menerapkan prinsip kesatuan ini agar visi dan misi dapat dijalankan dengan baik dan tentunya untuk kemajuan perusahaan.

b. Keseimbangan dan Keadilan

Keseimbangan dan keadilan adalah salah satu etika bisnis Islam dimana pedoman ini memandu manajer keuangan untuk menyebabkan bisnis mereka tanpa merugikan orang lain dan tidak perlu mengejar keuntungan. Efek keseimbangan dan keadilan sangat penting karena dengan keseimbangan, ekuitas juga merupakan keuntungan sampai pemenuhan tercapai untuk pelanggan.

dapat disimpulkan bahwa Yoga Junction Cirebon selalu mengutamakan keseimbangan dari produk dan harga yang ditawarkan. Keseimbangan dengan harga yang sesuai dengan kualitas produk. Hal ini menunjukkan bahwa Yoga Junction Cirebon telah menerapkan prinsip keseimbangan dan keadilan.

c. Kehendak Bebas

Kehendak bebas dalam Islam mengandung pengertian bahwa kesempatan seseorang tidak terbatas, dikuasai, dan dihubungkan dengan pemerataan yang diharapkan oleh Allah SWT. Dalam bisnis, pengelola uang memiliki kesempatan untuk berkembang dan bangkit. Peluang untuk berkembang harus diterapkan pada setiap manajer keuangan, mengingat dengan kemajuan hal-hal terbaru, sebagai spesialis keuangan perlu menyesuaikan dan mengembangkan potensi. Sepenuhnya berniat membuat pelanggan umumnya puas dengan lingkungan baru sehingga kepuasan pelanggan dapat dicapai.

prinsip kebebasan dalam etika bisnis islam memang sangat diperlukan. Apapun jenis usahanya, apabila terus melakukan perubahan dan berinovasi mengikuti tren/era modern maka keberhasilan usaha akan terjamin melalui kepuasan pelanggan. Dapat disimpulkan bahwa strategi tersebut telah dilakukan, melihat berbagai inovasi yang dilakukan untuk kemajuan perusahaan.

d. Tanggung Jawab

Tanggung jawab ataupun kewajiban adalah mentalitas yang ditampilkan untuk sesuatu yang telah selesai. Manusia sebagai individu harus memiliki kewajiban etis kepada Allah SWT. Prasyarat Islam juga menggarisbawahi pentingnya jenis kewajiban moral kepada Allah SWT untuk perilaku bisnis.

Selain itu, bisnis Yoga yang setiap harinya melakukan transaksi, perlu adanya administrasi pembukuan di setiap transaksi yang masuk dan keluar.

Oleh karena itu kegiatan ini merupakan salah satu bentuk tanggung jawab baik bagi produsen maupun pelanggan dan juga kepada Allah SWT atas apa yang telah dilakukan.

Dapat disimpulkan bahwa telah menerapkan prinsip tanggung jawab yang juga ada di etika bisnis islam. Terbukti dengan perhatian perusahaan kepada karwayannya untuk bersikap tanggung jawab terhadap pelayanan dan pembukuan yang dilakukan. Selain informasi yang didapat dari pihak internal Yogya, peneliti juga mengumpulkan beberapa informasi dari pihak external terkhusus pelanggan setia Yogya yang berbelanja di Yogya guna melengkapi informasi yang dibutuhkan.

Dapat disimpulkan bahwa dalam meningkatkan pelayanan prima untuk kepuasan pelanggannya menggunakan beberapa strategi pengukuran yang menurut etika bisnis islam dapat dikatakan sesuai meskipun belum sepenuhnya. Diantaranya yaitu strategi berupa saran dan masukan yang diberikan oleh pelanggan sebagai salah satu bentuk komunikasi dalam etika bisnis islam.

Setelah melakukan observasi dan wawancara mengenai strategi peningkatan pelayanan prima untuk kepuasan pelanggan yang dilakukan oleh Yogya Junction Cirebon, tingkat kepuasan pelanggan, dan juga tinjauan etika bisnis islam mengenai strategi yang telah dilakukan. Maka dapat diketahui bahwa strategi tersebut cukup efektif digunakan sebagai cara untuk meningkatkan pelayanan prima dalam kepuasan pelanggan menurut etika bisnis islam. Meskipun masih adanya kekurangan yang perlu diperbaiki untuk mencapai kepuasan pelanggan. Setelah mengetahui penerapan strategi tersebut maka diperoleh hasil pembahasan yang sudah dikemukakan dengan poin-poin sebagai berikut :

1. Strategi peningkatan pelayanan prima untuk kepuasan pelanggan.

Yogya Junction Cirebon yang merupakan salah satu retail terbesar di kota Cirebon menyediakan varian produk untuk kebutuhan masyarakat, yang dalam tujuannya untuk mencapai kepuasan pelanggan dengan cara meningkatkan pelayanannya menjadi *service excellent* (pelayanan prima). Dimana kepuasan pelanggan merupakan sebuah reaksi atau tanggapan yang diberikan oleh pelanggannya sebagai bentuk rasa percaya akan kenyamanan dan kesenangan karena kebutuhan dan harapannya terpenuhi. Dengan strategi yang terencana dan terealisasi dengan baik maka akan berdampak baik bagi perusahaan berupa meningkatnya hasil penjualan produk untuk Yogya Junction Cirebon.

Hal ini sesuai dengan pernyataan bahwa strategi untuk meningkatkan pelayanan menjadi *service excellent* (pelayanan prima) merupakan cara untuk mencapai suatu tujuan yang dilakukan oleh jasa berupa komunikasi, sikap, perhatian, relasi, dsb guna memperoleh kepuasan pelanggan.

Jika pelanggan merasa puas dengan produk dan jasa yang disediakan, maka permintaan akan naik begitupun omset penjualan, sebaliknya jika pelanggan merasa tidak puas maka permintaan akan turun begitupun omset penjualannya. Hal penting dari kurang puasnya pelanggan, pelanggan tidak lagi membeli produk dan jasa dan berpindah ke kompetitor lain. Terlebih pelanggan bisa menceritakan pengalaman belanjanya yang kurang puas pada kerabat atau teman dan masyarakat sekitarnya yang tentunya menjadi dampak yang buruk bagi perusahaan.

- a. Bukti Fisik (tangible)
- b. Keandalan (reability)
- c. Daya Tanggap (responsiveness)
- d. Jaminan (assurance)
- e. Empati (*empaty*)

Strategi untuk meningkatkan pelayanan yang sesuai untuk mencapai kepuasan pelanggan. Terbukti dengan kepercayaan pelanggan tetap setia menggunakan produk dan jasa dan menjadi media promosi dengan memberi rekomendasi kepada orang lain yang tentunya berdampak pada citra perusahaan. Selain itu sikap kehati-hatian juga dilakukan oleh karyawannya dalam memproses produk demi mendapatkan kepuasan pelanggannya.

2. Metode indikator dalam mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan prima.

a. Sistem keluhan dan saran

Sistem keluhan dan saran merupakan suatu cara untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan yang dapat memunculkan ide-ide baru dan masukan yang berharga pada perusahaan, sehingga memungkinkan untuk bereaksi dengan tanggap dan cepat mengatasi masalah yang timbul. Seperti yang telah dilakukan Yogya Junction Cirebon yaitu selalu menerima keluhan dan saran yang diberikan oleh pelanggan, dan apabila ada keluhan dari pelanggan, Yogya Junction Cirebon selalu menanggapi dan menanyakan langsung keluhannya, walaupun ada saran positif yang diberikan langsung dari pelanggan yang bersifat membangun, maka perusahaan pun mengambil sisi positifnya dengan mempertimbangkan saran tersebut.

b. Ghost Shopping

Yogya Junction Cirebon dalam upaya meningkatkan pelayanannya, perusahaan menggunakan pihak ketiga untuk mengamati dan menganalisa tentang kekuatan dan kelemahan yang dilakukan karyawan pada saat melayani. Hal ini ditujukan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan.

c. Last Customer Analysis

Dalam strategi ini, perusahaan menghubungi kembali pelanggan yang beralih berbelanja ke tempat lain. Berdasarkan hasil wawancara, para pelanggan Yogya rata-rata merasa nyaman dan puas saat berbelanja di Yogya Junction Cirebon. Maka dalam hal ini, Yogya Junction Cirebon belum pernah melakukan last customer analysis, karena trafik pelanggan loyal semakin meningkat.

d. Survey Kepuasan Pelanggan

Mengenai survey kepuasan pelanggan, Yogya Junction Cirebon sudah melakukan banyak metode diantaranya melalui Quesioner, atau bertanya langsung pada pelanggan. Untuk mengetahui kebutuhan pelanggan, survey dilakukan untuk menilai apakah produk dan jasa yang ditawarkan sudah memenuhi harapan pelanggan atau belum. Strategi ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana perusahaan berkembang.

3. Pandangan etika bisnis islam terhadap strategi peningkatan pelayanan prima untuk kepuasan pelanggan.

Setiap bisnis yang dilakukan baiknya menerapkan etika bisnis islam agar bisnisnya dapat berkembang melalui ridho Allah SWT dan selalu menjadi berkah disetiap keuntungannya. Seperti yang sudah diterapkan oleh Yogya Junction Cirebon untuk membuat peningkatan dalam pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dengan berpedoman prinsip-prinsip etika bisnis menurut islam.

a. Prinsip Kesatuan (Tauhid)

Kesatuan adalah tolok ukur untuk memulai bisnis. Tauhid yang penting bagi cita-cita Allah SWT membuat segala bisnis yang dijalankan umumnya berada di bawah pengawasan Allah SWT. Seperti yang dilakukan Yogya Junction Cirebon dalam menjaga kesatuan antar pekerjanya, hal itu membuat organisasi semakin kokoh karena tidak ada perbedaan.

b. Prinsip Keseimbangan (Keadilan)

Keadilan merupakan hak yang harus didapat disemua aspek kehidupan. Keseimbangan dalam duniawi dan akhirat juga perlu diperhatikan, Keseimbangan dan keadilan memiliki hubungan yang erat. Keseimbangan yang berarti tidak berlebihan dalam mengejar keuntungan (duniawi) dan keadilan memberikan hak kepada seseorang (akhirat). Seperti yang telah dilakukan Yogya Junction Cirebon yang menjaga keseimbangan dan keadilan perusahaannya dengan memberi amanat kepada karyawannya agar tidak menimbulkan kerugian yang dapat berdampak buruk pada perusahaan.

c. Prinsip Kehendak Bebas

Kehendak bebas merupakan aktivitas yang dapat dilakukan oleh insan manusia termasuk dalam berbisnis. Manusia sebagai makhluk hidup yang sempurna dapat dengan bebas melakukan kehendaknya. Kebebasan dalam islam yang merupakan kebebasan yang terbatas, terikat berdasarkan pedoman islam. Dalam praktiknya, pelaku bisnis dapat menggunakan kehendak bebasnya melalui perkembangan inovasi dan motivasi.\

Seperti yang dilakukan Yogya Junction Cirebon yang selalu berinovasi untuk meningkatkan kualitas produk dan jasa nya mengikuti perkembangan zaman yang membuat Yogya Junction Cirebon banyak di gandrungi dari anak-anak hingga orang tua. Strategi ini dilakukan sesuai dengan etika bisnis islam yang bertujuan untuk mempertahankan kepuasan pelanggan.

d. Tanggung Jawab

Manusia sebagai pelaku bisnis harus memiliki rasa tanggung jawab kepada Allah SWT. Pelaku bisnis yang menerapkan prinsip etika bisnis islam di kegiatan bisnisnya perlu melakukan pembukuan untuk mengetahui setiap transaksi yang keluar masuk. Hal ini diterapkan Yogya Junction Cirebon untuk menghindari kerugian dengan tetap menjadi pelaku bisnis yang memiliki kejujuran dan rendah hati.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan di Yogya Junction Cirebon dalam tinjauan etika bisnis islam terhadap strategi yang dilakukan bahwa pembukuan dilakukan untuk tetap menjaga tanggung jawab antara manusia dan Sang pencipta dengan menerapkan rasa kejujuran dan rendah hati.

B. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat ditarik kesimpulan mengenai strategi peningkatan pelayanan prima untuk kepuasan pelanggan dalam etika bisnis islam di Yogya Junction Cirebon dalam bisnisnya telah melakukan strategi pelayanan dengan baik yang sesuai dengan kualitas pelayanan meliputi (*tangibles, reability, daya tanggap, jaminan, dan empati*). Apabila perusahaan dapat dengan melakukan 5 kualitas pelayanan dengan baik dan terstruktur maka dipastikan perusahaan dapat mencapai visi misinya yaitu menjadi pilihan di hati pelanggan.

Dalam hal mengukur tingkat kepuasan pelanggan, Yogya Junction Cirebon telah melakukan 4 metode pengukuran kepuasan pelanggan yaitu diantara lain sistem keluhan dan saran, ghost shopping, last customer analysis, dan survey kepuasan pelanggan. Apabila 4 metode ini dijalankan dengan baik dengan bantuan pelanggan yang memberi feedback positif perusahaan, tentunya akan berdampak baik pada kemajuan perusahaan.

Sedangkan dalam pandangan etika bisnis islam, Yogya Junction Cirebon telah melakukan inovasi dan motivasi yang sesuai dengan etika bisnis islam. Beradaptasi dan mengikuti perkembangan zaman. Melakukan tugasnya untuk melayani pelanggan dengan prinsip etika bisnis islam dengan berpedoman pada ketentuan Allah SWT. Yogya Junction Cirebon selalu menjaga kepercayaan pelanggan nya dengan melayani tepat waktu, cepat, akurat dan melakukan pembukuan.

C. DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Aziz. (2013). *Etika Bisnis Perspektif Islam*. ALFABETA.
- Asih, N. S. (2016). Pengaruh Pelayanan Prima (Service Excellence) Terhadap Kepuasan Pelanggan Salon Aga. *Jurnal Program Studi Pendidikan Ekonomi (JPPE)*, 7(2), 1–10. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPE/article/view/7797>
- Dhiani, H. P., Kumara, D., & Wardani, S. (2021). Pengaruh Pelayanan Prima Dan Harga. *Jurnal Semarak*, 4(3).
- Fandi Tjiptono. (2005). *Strategi Pemasaran*. Andi Offse.
- Ghafur, A. (2018). Etika Bisnis dalam Perspektif Islam. *Iqtishodiyah : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4(1), 63–74. <https://doi.org/10.36835/iqtishodiyah.v4i1.74>
- Juliansah, N. (2011). *Metode Penelitian, Skripsi, Tesis, Disertasi, Dan Karya Ilmiah*. Kencana Prenada Media Group.
- Moleong, L. . (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Muhammad Fauroni dan Lukman. (2002). *Visi Al Quran tentang Etika Bisnis*. salmeba Diniyah.
- Muhammad Natadiwirya. (2007). *Muhammad Natadiwirya*. Granada Press.
- Nawatmi, S. (2010). Etika bisnis dalam perspektif Islam. *Fokus Ekonomi*, 9(1), 24402.
- Nur, M. (2017). Kualitas Pelayanan Prima pada PT PLN (Persero) Rayon Makassar Selatan. *Jurnal Office*, 3(1), 72–78.
- Putro, S. W. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(1), 1–9.
- Riyanto, Y. (2010). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Penerbit SIC.
- Rohaeni, H., & Marwa, N. (2018). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ecodemica Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 2(2).
- Rustiana, R. (2017). Kualitas Pelayanan Dalam Perspektif Islam. *The Journal of the Japan Society for Bronchology*, 10(2), 212–213.
- Sembiring, I. J. (2014). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Mcdonald's Mt. haryono Malang)*. Brawijaya University.
- sugiyono. (2011). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. ALFABETA, CV.
- sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran* (p. edisi 3). andi.
- Wahidmurni. (2008). *Cara Mudah Menulis Proposal dan Laporan Penelitian Lapangan*. Malang. UM PRESS.
- Wibisono, A., & , S. (2016). Pengaruh Kualitas Jasa Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *PERFORMANCE “ Jurnal Bisnis & Akuntansi,”* 6(2), 32. <https://doi.org/10.24929/feb.v6i2.268>
- Widoyoko, E. P. (2014). *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Pustaka Pelajar.
- Widyatama & Suprpty. (2018). Bab II Landasan Teori. *Journal of Chemical Information and Modeling*.