

ANALISIS ETIKA BISNIS ISLAM DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN (STUDI USAHA BENGKEL MOTOR 38B LAMPUNG TIMUR)

Dewi Asiyatus Shofuroh¹, Lily Cahyanti², Lilis Renfiana³

asiyatusasyiah@gmail.com

Institut Agama Islam Negeri Metro

lilycahyanti2807@gmail.com

Institut Agama Islam Negeri Metro

lilisrefiana@metrouniv.ac.id

Institut Agama Islam Negeri Metro

Abstrak

Riset ini bertujuan untuk mengetahui etika bisnis islam dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada usaha Bengkel Motor 38B Lampung Timur dan untuk mengetahui prinsip dan dimensi apa saja yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Kualitatif adalah metode yang digunakan dalam riset ini. Dengan menggunakan teknik pengambilan data *purposive sampling* dan teknik pengambilan sampel *sampling insidental* yang kemudian di tindak lanjuti dengan wawancara, dokumentasi dan observasi. Berdasarkan hasil riset dan diskusi dalam kasus ini di peroleh dua bengkel yang sesuai kriteria yaitu Bengkel Abe Motor dan Bengkel Buntung Motor. Dapat dilihat bahwa kualitas pelayanan Bengkel Abe Motor dalam meningkatkan kepuasan pelanggan adalah 100% dalam transaksional, 70% untuk refrensial dan 30% untuk prefrensial. Kemudian untuk Bengkel Buntung Motor dapat dilihat bahwa dalam meningkatkan kepuasan ada 100% untuk transaksional, 40% untuk refrensial dan 0% untuk preferensial. Selanjutan dilihat dari etika bisnis Islam Bengkel Abe Motor memenuhi empat prinsip Islam yaitu keadilan/ keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab dan ihsan, serta tidak memenuhi satu prinsip etika bisnis islam yaitu kesatuan/tauhid (Jureid, 2020). Sedangkan Bengkel Buntung Motor hanya memenuhi tiga prinsip etika bisnis yaitu kehendak bebas, tanggung jawab dan ihsan, tidak memenuhi dua etika bisnis kesatuan/tauhid dan keadilan/keseimbangan .

Kata Kunci: transaksional, refrensial, preferensial, kualitas pelayanan.

Abstract

The research aims to know the ethics of the Islamic business in increasing customer satisfaction with the 38b east lampung auto shop and to know what principles and dimensions could increase customer satisfaction. Qualitative is the method used in this research. Using *purposive sampling* data retrieval techniques and sample retrieval techniques *sampling insidental* which are then followed up with interviews, documentation and observations. Based on the results of the research and discussion in this case have found two suitable Abe Motor workshops and the Buntung Motor workshop. It can be seen that the quality of Abe's auto service in increasing customer satisfaction is 100% in transactional, 70% for refrenction and 30% for prefrensial. Then for the buntung motor workshops it can be seen that in increasing satisfaction there is

100% for transactional, 40% for refrenalization and 0% for preferential. Selfies judging from the ethics of the Islamic business Abe motor, Abe meets the four Islamic principles of justice/balance, free will, responsibility and ihsan, and does not fulfill a single ethical principle of the Islamic business which is tauhid unity. Whereas buntung motor workshop fulfills only three business ethics principles of free will, responsibility and ihsan, not the two ethics of unified business /tauhid and justice/balance.

Keywords: transactional, refrencical, preferential, quality of service.

A. PENDAHULUAN

Pada perkembangan zaman yang telah berkembang pesat saat ini menunjukkan bahwa persaingan usaha atau bisnis juga semakin tinggi sehingga mengharuskan pelaku usaha untuk dapat bersaing dengan bisnis yang lain. Tingginya tingkat persaingan ini mengharuskan pelaku usaha untuk berfikir kritis agar dapat mempertahankan usahanya. Seperti sebuah usaha yang di lakukan di negara Indonesia dimana mayoritas masyarakatnya memeluk agama Islam. Sehingga kebanyakan masyarakatnya akan mencari usaha yang berjalan berdasarkan prinsip Islam.

Etika dalam menjalankan bisnis seringkali di jadikan konsumen sebagai patokan untuk mengkonsumsi suatu produk atau menggunakan jasa dari suatu layanan. Sehingga banyak pelaku bisnis yang menggunakan etika sebagai strateginya untuk mempertahankan usaha atau bisnisnya. Pelaku bisnis menempatkan etika sebagai dasar yang penting sebab etika dapat membentuk sebuah norma, perilaku, dan nilai dari seorang karyawan serta pimpinan dalam memberikan pelayanan sehingga dapat menciptakan sebuah hubungan yang adil dan sehat. Adanya hubungan ini maka perusahaan akan memiliki citra atau karakteristik yang baik dalam pandangan masyarakat (Ermiaati & Abdullah, 2016).

Citra perusahaan atau reputasi yang perusahaan miliki merupakan sebuah bonus yang di dapat perusahaan dari pelanggan. Citra ini terbentuk berdasarkan pengalaman yang pelanggan rasakan, sehingga mereka akan menilai apakah usaha ini baik atau buruk. Mereka akan memberikan reputasi buruk ketika ekpektasi yang mereka harapkan tidak terpenuhi, seperti mereka tidak mendapatkan pelayanan yang baik atau kualitas produk yang buruk atau sebaliknya kualitas produk baik namun pelayanan buruk. Banyak dari pelanggan yang memilih menjadi pengguna di suatu usaha dengan pelayanan yang baik terutama dalam usaha bidang jasa karena ketika pelayanan baik maka jasa yang di berikan akan berkualitas. Pelayanan yang baik ini memberika citra

perusahaan yang baik juga, sehingga akan dijadikan jaminan oleh konsumen bahwa perusahaan ini memiliki citra yang baik sehingga mereka akan bertahan menjadi pengguna jasa. Bertahannya pelanggan dalam penggunaan jasa menunjukkan bahwa pelanggan puas dengan pelayanan yang mereka dapatkan (Sinambela et al., 2020).

Banyak pelaku bisnis menjadikan kepuasan pelanggan sebagai prioritas dalam menjalankan bisnis. Kepuasan pelanggan merupakan hasil yang di dapat konsumen dalam menikmati atau menggunakan produk atau jasa dari pelaku bisnis. Timbulnya kepuasan pelanggan biasanya di dasarkan pada keinginan atau kebutuhan pelanggan terpenuhi. Namun dalam bidang jasa kepuasan pelanggan dapat terpenuhi ketika pelayanan yang mereka dapatkan sesuai dengan yang konsumen inginkan (Ardiansyah et al., 2020).

Agama islam tidak mematoki usaha apa yang hendak pelaku usaha dirikan serta tidak membatasi dalam pengambilan keuntungan. Namun agama Islam mengatur etika dalam menjalankan suatu usaha yang dituangkan dalam sebuah prinsip yang harus ada jika ingin menjalankan sebuah bisnis. Prinsip dasar ini terdiri dari, pertama kesatuan (unity) atau yang menggambarkan pada sifat ketauhidan. Ketauhidan ini mencampurkan seluruh elemen-elemen dari seorang muslim yaitu agama, ekonomi dan sosial sehingga membentuk sebuah konsep kesatuan. Prinsip yang kedua ada keseimbangan (keadilan), Islam mengharuskan para pelaku bisnis untuk adil dalam memberikan layanan tidak membedakan gender, suku, ras dan golongan. Prinsip yang ketiga tanggung jawab, pelaku bisnis harus mempertanggung jawabkan semua tindakan yang ia lakukan dalam melayani konsumen. Prinsip yang ke empat kebenaran, memiliki sifat yang baik dan perilaku yang benar baik baik dalam melayani atau mencari barang komoditas yang hendak di perjual-belikan atau barang modal. Sifat yang baik dapat di dapatkan dari itba' kepada nabi Muhammad saw seperti sifat shiddiq, sifat amanah, sifat tabliq, dan sifat fathonahnya (Masykuroh, 2020).

Etika pelayanan yang sesuai prinsip akan mendatangkan sebuah kepuasan dari pelanggan sebagaimana dalam penelitian yang di lakukan oleh Melina Faradannisa dan Agus Supriyanto, yang meriset terkait kepuasan pelanggan di tinjau dari store atmosphere, kualitas produk, kualitas pelayanan dan etika bisnis islam. Hasil penelitian memberikan informasi bahwa store atmosphere, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan etika bisnis secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini

menunjukkan bahwa ketika store atmosphere, kualitas produk, kepuasan pelanggan dan etika bisnis meningkat maka pelanggan akan semakin puas (Faradannisa & Supriyanto, 2022). Kemudian pada riset yang dilakukan oleh Deny Setiawan dan Rony Ika Setiawan dalam analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan bertempat di ahas kenari motor. Hasil dari riset ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, hal ini dikarenakan dengan memberikan pelayanan yang berkualitas terhadap pelanggan maka pelanggan akan merasa sangat puas (Setiawan & Setiawan, 2018). Kualitas pelayanan yang baik akan terbentuk dari etika yang baik karena etika dapat mempengaruhi perilaku seseorang terhadap orang lain.

Senada dengan penelitian di atas, peneliti akan meneliti tentang Etika Bisnis Islam dalam meningkatkan Kepuasan Pelanggan dengan mengambil usaha bengkel motor yang ada di 38B Lampung Timur. Bengkel motor ini merupakan usaha yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat mengingat sebagian besar orang membutuhkan kendaraan bermotor guna mempermudah mobilitas kehidupan. Sehingga peneliti mengambil beberapa tempat usaha bengkel di 38B Lampung Timur yang banyak peminatnya yaitu Abe Motor dan Buntung Motor. Usaha bengkel ini menerima jasa dalam memperbaiki mesin motor, mengganti oli, tambal ban dll.

Tujuan dari riset ini adalah untuk mengetahui etika bisnis Islam yang dilakukan oleh usaha bengkel tersebut guna meningkatkan kepuasan pelanggan. Melihat persaingan usaha bengkel saat ini cukup berkembang pesat.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian yang digunakan adalah Penelitian Lapangan (*Field Research*) yakni bersifat deskriptif kualitatif pada Analisis Etika Bisnis Islam dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan yang ada pada usaha Bengkel Motor 38B Lampung Timur.

Dalam penelitian ini sumber data primer diambil dengan menggunakan penentuan lokasi (*Purposive Sampling*). Teknik sampling melalui purposive sampling 10 tempat usaha Bengkel Motor, namun hanya 2 tempat yang paling banyak omsetnya dari ke 10 tempat tersebut, Penentuan informasi (*Sampling Insidental*) adalah teknik penentuan sampel yang berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data (Waris, 2022). Dalam hal ini peneliti melakukan penelitian langsung di Bengkel Abe Motor dan Bengkel Buntung Motor untuk

mendapatkan data mengenai Etika Bisnis Islam dalam Meningkatkan Kepuasan Pelayanan, sementara itu Tehnik Pengumpulan Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan Wawancara, Dokumentasi dan Observasi. Berikut adalah nama dan lokasi serta profil Informan yang didapatkan :

Tabel 1
Purposive Sampling

No.	Kriteria	Nama Usaha
1.	Usaha Khusus Bengkel Motor di 38B Lampung Timur	1. Buntung Motor 2. Abe Motor 3. Dhani Motor 4. Pos Ahass Bintang Motor 38 5. Bengkel Anak Abah Motor 6. Gondrong Motor 7. Tmr Speed 8. Bengkel Dimas Karya Mandiri 9. Teras Speed 27 Motor Tech 10. Bengkel Rusdianto
2.	Banyak omset perhari minimal Rp. 830.000,-. (Berdasarkan UU No 20 Tahun 2008 pasal 6)	1. Abe Motor (Rp.1.000.000,-) 2. Buntung Motor (Rp. 850.000,-)

Tehnik Penjamin Keabsahan Data

1. **Triagulasi Sumber** yakni guna menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Dalam hal ini untuk menguji kredibilitas data tentang etika bisnis islam dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada usaha AbeBuntung Motor dan Bengkel Buntung Motor, maka pengumpulan dan pengujian data yang diperoleh dilakukan ke pemilik usaha dan konsumen.
2. **Triagulasi Tehnik** yakni guna menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan tehnik yang berbeda. Dalam hal ini peneliti akan menggabungkan dan sekaligus menguji kredibilitas data yang telah diperoleh dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi dari etika bisnis islam dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada usaha Bengkel Abe Motor dan Bengkel Buntung Motor (Hadi, 2016).

Tehnik Analisis Data

Dalam penelitian ini menggunakan tehnik analisis data kualitatif yang memiliki 3 tahap yaitu :

1. **Reduksi Data** yang berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.
2. **Penyajian Data** dipergunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Dengan menyajikan data, maka memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.
3. **Penarikan Kesimpulan** data yang sudah direduksi dan disajikan secara sistematis akan disimpulkan sementara. Kesimpulan yang diperoleh pada tahap awal biasanya kurang jelas, tetapi pada tahap-tahap selanjutnya akan semakin tegas dan memiliki dasar yang kuat. (Abdul, 2020).

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan di Usaha Bengkel Abe Motor dan Buntung Motor.

a. Bengkel Abe Motor

Diketahui dalam Usaha Bengkel Abe Motor sudah menerapkan unsur-unsur berbisnis untuk meningkatkan kepuasan pelanggan yang diterapkan melalui kualitas pelayanan. Meskipun ada pelanggan yang memberi tanggapan berbeda mengenai pelayanan di Usaha Bengkel tersebut. Seperti dimensi data fisik, kesepuluh customer menyatakan pendapat positif mengenai lokasi tempat yang strategis, serta persediaan bahan yang lengkap. Namun terdapat beberapa customer yang berpendapat jika tempat tunggu tidak begitu luas, sehingga ketika banyak pelanggan yang datang ada beberapa yang tidak mendapat tempat duduk untuk menunggu. Kemudian dari kualitas pelayanan, kesepuluh customer memberi pendapat bahwa montir yang bekerja disana pun ramah.

Pada dimensi kemampuan, tujuh customer memberikan pendapat positif yakni montir sudah cepat dalam pengerjaan permintaan pelanggan, akan tetapi tiga customer lain memiliki pendapat berbeda yakni montir kerap kali lengah ketika sedang ramai customer. Waktu menunggu sampai selesai

sekitar 30-40 menit. Lalu pada dimensi ketanggapan, kesepuluh customer memberikan tanggapan bahwa respon serta ketanggapan para montir sudah baik dalam melayani permintaan customer. Dalam hal ini para montir memiliki respon serta tanggapan yang baik dalam menerima permintaan customer ketika mengajukan permintaan barang dan layanan jasa.

Kemudian pada dimensi kepercayaan, kesepuluh customer berpendapat positif yakni montir bersikap ramah dan sopan terhadap customer. Yang paling akhir yakni pada dimensi tenggang rasa, dari semua atau kesepuluh customer memberikan tanggapan bahwa para montir memiliki rasa perhatian dan empati kepada customer. Salah satu contohnya mereka melakukan hubungan komunikasi yang baik pada setiap customer.

Dari tanggapan tentang kualitas pelayanan yang telah diuraikan diatas, maka menghasilkan tingkat kepuasan pelanggan pada Usaha Bengkel Abe Motor sebagai berikut:

Tabel 2 Tingkat Kepuasan

No.	Nama Konsumen	Transaksional	Refrensial	Prefrensial
1.	Pak Herman	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	-
2.	Pak Rusdi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	-
3.	Buk Eis	<input type="checkbox"/>	-	-
4.	Pak Rahmat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	-
5.	Pak Agus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.	Pak Soiman	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	-
7.	Pak Yudi Kurniawan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.	Pak Topan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.	Buk Miftah	<input type="checkbox"/>	-	-
10.	Pak Juliono	<input type="checkbox"/>	-	-
Persentase		100%	70%	30%

Sumber: Data Diolah

Menurut hasil tabel diatas dapat diuraikan bahwa dari kesepuluh customer cenderung untuk memilih dan bertansaksi pada Usaha Bengkel Abe Motor karena harga yang kompetitif ekonomis, persediaan barang yang lengkap, lokasi tempat yang strategis. Kemudian terdapat tujuh customer

yang telah mereferensikan usaha tersebut kepada orang lain. Alasan customer tersebut mereferensikan kepada orang lain karena harga yang kompetitif ekonomis, ketersediaan barang yang lengkap dan kualitas pelayanan. Selain itu kecenderungan customer untuk mereferensikan kepada orang lain karena pelayanan yang ramah dan responsif. Selanjutnya dari keseluruhan customer yang dimintai pendapat, tiga customer menanggapi bahwa Usaha Bengkel Abe Motor menjadi preferensi utama, karena kualitas yang didapat cukup memuaskan, dan ketujuh customer lain tidak menjadikan Usaha Bengkel Abe Motor sebagai preferensi utama, karena kecenderungan jauh dari tempat tinggal mereka. Namun customer tersebut memiliki kemungkinan besar akan kembali menggunakan jasa layanan otomotif dari Usaha Bengkel tersebut untuk keperluan perbaikan yang khusus.

b. Bengkel Buntung Motor

Berdasarkan pembahasan sebelumnya, dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di Usaha Bengkel Buntung Motor sudah cukup baik. Meski tidak luput dari tanggapan customer yang persepsi berbeda mengenai pelayanan di usaha tersebut. Seperti pada dimensi data fisik dari kesepuluh customer, delapan customer menyatakan jika tempat tunggu yang luas, lokasi adem, dan lokasi strategis. Akan tetapi terdapat dua customer berpendapat lain mengenai tempat tunggu yang tidak disediakan kursi untuk menunggu, hanya ada teras rumah yang dijadikan tempat tunggu untuk customer.

Pada dimensi kemampuan, kesepuluh customer berpendapat positif, pendapat tersebut dibuktikan dengan para montir yang cepat dalam melayani customer. Waktu dalam melayani sekitar 25-30 menit dan tidak sampai 45 menit apabila kondisi sedang ramai customer. Selanjutnya pada dimensi ketanggapan, semua customer yang diwawancarai memberikan pendapat positif mengenai hal tersebut. Dalam hal ini para montir memberikan tanggapan dan respon, seperti menanyakan kebutuhan customer dengan menjelaskan kerusakan dan menganjurkan penggunaan yang baik pada customer. Kemudian pada dimensi kepercayaan, terdapat empat customer

yang berpendapat positif yaitu montir bersikap ramah dan sopan. Akan tetapi ke tujuh customer lain berpendapat bahwa sikap dan tingkah laku dari montir standart serta biasa saja, bahkan kadang kala ada montir yang kurang ramah ketika usaha sedang ramai customer. Lalu pada dimensi tenggang rasa, terdapat dua customer yang berpendapat bahwa untuk perhatian dari montir di Usaha Bengkel Buntung Motor biasa saja, bahkan tidak terlalu memperhatikan customer apabila sedang ramai. Sedangkan delapan customer lain memberikan tanggapannya bahwa montir sudah cukup memiliki perhatian yang baik dengan customer.

Dari kualitas pelayanan yang telah diuraikan diatas, maka menghasilkan tingkat kepuasan pelanggan di Usaha Bengkel Buntung Motor sebagai berikut:

Tabel 3 Tingkat Kepuasan

No.	Nama Konsumen	Transaksional	Refrensial	Preferensial
1.	Adit	<input type="checkbox"/>	-	-
2.	Pak Eman	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	-
3.	Pak Wandu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	-
4.	Ibu Rumiati	<input type="checkbox"/>	-	-
5.	Pak Wahid	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	-
6.	Irsyad	<input type="checkbox"/>	-	-
7.	Anisa	<input type="checkbox"/>	-	-
8.	Irma Yuniar	<input type="checkbox"/>	-	-
9.	Pak Asrori	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	-
10.	Khusnul	<input type="checkbox"/>	-	-
Persentase		100%	40%	0%

Sumber: Data diolah

Menurut hasil tabel diatas dapat diuraikan bahwa dari kesepuluh customer cenderung untuk memilih dan bertansaksi pada Usaha Bengkel Buntung Motor karena lokasi usaha yang mudah dijangkau, memiliki harga yang kompetitif ekonomis, dan persediaan jenis produk lumayan lengkap. Selain daripada itu customer cenderung untuk menggunakan jasa pada usaha tersebut karena kecepatan pelayanan. Kemudian terdapat empat customer yang mereferensikan usaha jasa ini kepada orang lain, dengan beranggapan harga yang kompetitif ekonomis, kecepatan pelayanan serta lokasi yang tidak jauh dari pemukiman. Selanjutnya kesepuluh customer tidak memiliki minat preferensial yang mengacu menjadikan usaha bengkel ini sebagai tempat

layanan otomotif utama. Karna adanya layanan otomotif lain yang lebih bagus seperti dealer motor. Selain itu customer akan berlangganan pada layanan jasa ini apabila terjadi kerusakan kecil yang tidak memerlukan jasa dealer seperti tambal ban, isi angin, ganti oli dan lain sebagainya.

Berdasarkan analisis mengenai kualitas pelayanan pada Usaha Bengkel Abe Motor dan Buntung Motor diatas merupakan faktor-faktor yang menyebabkan naiknya tingkat kepuasan pelanggan. Hal ini dikarenakan kualitas pelayanan yang merupakan salah satu cara mempertahankan kepuasan pengguna layanan jasa tersebut. Dalam rangka meningkatkan kepuasan pelanggan, dimana pelayanan yang ditawarkan harus berkualitas.

2. Analisis Etika Bisnis Islam dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan di Usaha Bengkel Abe Motor dan Bengkel Buntung Motor

Berdasarkan hasil data yang diterima oleh peneliti melalui wawancara dan pengamatan terhadap montir Bengkel Abe Motor dan Bengkel Buntung Motor, maka peneliti dapat menguraikan Etika Bisnis Islam dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan sebagai berikut:

a. Bengkel Abe Motor

Berdasarkan uraian pada pembahasan sebelumnya dapat diketahui bahwa di Bengkel Abe Motor, usaha tersebut sudah memiliki kualitas yang sesuai dengan prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam. Akan tetapi dalam prinsip tauhid/kesatuan belum dapat terpenuhi, hal tersebut dikarenakan montir yang kerap kali belum tepat waktu dalam melaksanakan kewajiban sholat, padahal sudah diberi waktu istirahat yang cukup untuk melakukan sholat oleh pemilik usaha. Selanjutnya dari prinsip yang sudah terpenuhi seperti, prinsip keadilan/keseimbangan, dalam hal ini montir selalu bersikap ramah dan sopan kepada setiap customer, selain itu montir memberikan arahan yang jelas kepada customer.

Kemudian prinsip kehendak bebas, montir memberikan kebebasan kepada customer untuk memilih produk apa yang akan digunakan, seperti memilih jenis oli, dan lain sebagainya. Selanjutnya prinsip tanggung jawab, dalam hal ini setiap montir bisa menjamin

sebagai penjual layanan jasa yang bertanggung jawab jika terjadi kesalahan dalam melayani customer yang tidak sesuai dengan keinginan customer. Dan yang terakhir prinsip ihsan, dalam prinsip ini montir bersikap ramah, sopan serta menjalin komunikasi yang cukup baik dengan para customer dengan menanyakan produk apa yang diinginkan serta layanan apa yang dibutuhkan untuk memuaskan customer.

b. Bengkel Buntung Motor

Berdasarkan uraian pada pembahasan sebelumnya dapat diketahui bahwa di Bengkel Buntung Motor, usaha tersebut sudah memiliki kualitas yang sesuai dengan prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam. Akan tetapi belum seutuhnya terpenuhi, seperti pada prinsip tauhid/kesatuan, beberapa montir belum juga menjalankan perintah kewajiban shalat secara tepat waktu. Bahkan ada montir yang menggunakan waktu isoma untuk sekedar tidurdan main game, padahal pemilik usaha sudah memberikan waktu untuk melaksanakan shalat yang cukup lama. Selanjutnya prinsip keadilan/keseimbangan, para montir memang sudah berperilaku adil kepada semua customer dalam melayani sesuai antrian. Dalam proses transaksi para montir tidak pernah mengambil keuntungan harga dari harga asli yang sudah ditentukan kepada setiap customer, karena prinsip keadilan dituntut untuk memperlakukan secara sama sesuai dengan acuan yang adil. Akan tetapi terdapat montir yang tidak adil dalam memperlakukan customer yang datang, seperti kurangnya keramahan dalam menanyakan keperluan customer yang baru saja datang. Padahal dari segi keramahan montir inilah yang memiliki pengaruh besar terhadap tingkat kepuasan para pelanggan.

Kemudian prinsip-prinsip yang sudah terpenuhi yaitu pada prinsip kehendak bebas, montir memberikan kebebasan pada customer yang akan menggunakan layanan jasa dan pembelian produk di bengkel tersebut. Selanjutnya prinsip tanggung jawab, para montir bertanggung jawab atas kesalahan yang dilakukan dalam melayani customer. Montir siap menerima konsekuensi atas apa yang diperbuat. Selain daripada itu

montir dalam melayani customer selalu sigap dan cepat, sehingga customer tidak membutuhkan waktu lama untuk menunggu, terakhir yaitu prinsip ihsan, montir telah memberikan perhatian kepada para customer dengan baik. Salah satu contoh perhatian yang diberikan yaitu montir melayani customer dengan cepat dan ramah.

D. KESIMPULAN

Analisis pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan yang dilakukan oleh Bengkel Abe Motor pada dimensi data fisik menghasilkan data yang positif karena tempat terhitung strategis dan produk yang tersedia juga sangat lengkap. Pada kualitas pelayanan sudah memenuhi karena montir yang bekerja memperlakukan konsumen dengan ramah. Pada kemampuan, pelanggan memberikan nilai yang positif karena montir sudah cukup cepat dalam melayanin pelanggan. Pada ketanggapan sudah baik karena montir memberikan tanggapan yang baik ketika konsumen mengutarakan kebutuhannya. Pada kepercayaan montir memberikan sikap yang ramah dan sopan ketika melayani. Pada dimensi tenggang rasa montir yang bekerja di nilai sangat baik karena memiliki rasa empati dan perhatian kepada konsumen. Dalam hal ini analisis pelayanan dalam memberikan kepuasan kepada konsumen pada Bengkel Abe Motor memberikan nilai 100% untuk transaksional, 70% untuk refrensial, dan 30% untuk prefrensial.

Sedangkan analisis pelayanan pada Bengkel Buntung Motor pada data fisik menghasilkan sebuah pernyataan bahwa tempat tunggu bengkel yang luas, lokasi yang adem dan lokasi sangat strategis. Pada dimensi kemampuan pelayanan pada bengkel ini sangat baik di lihat dari para montir yang bekerja cukup cepat namun juga tepat. Pada dimensi ketanggapan, montir memperlakukan konsumen sangat baik dengan memberikan tanggapan, saran dan respon yang dapat membantu konsumen dalam merawat kendaraan. Dimensi kepercayaan sebagian montir bersikap ramah dan sebagian lagi ada yang biasa saja atau bahkan ada yang tidak ramah ketika melayani. Pada dimensi tenggang rasa sebagian montir memberikan perhatian yang baik kepada konsumen. Dalam hal ini analisis pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada Bengkel Buntung Motor memberikan nilai 100% untuk transaksional, 40% untuk refrensial dan 0% untuk preferensial.

Analisis Etika Bisnis Islam dalam meningkatkan Kepuasan Pelanggan pada Bengkel Abe Motor telah memenuhi prinsip keadilan/keseimbangan dengan bersikap ramah dan sopan kepada konsumen. Prinsip kehendak bebas dengan memberikan kebebasan kepada konsumen untuk memilih produk apa yang akan konsumen gunakan. Prinsip tanggung jawab dengan memberikan jaminan kepada konsumen apabila motir berbuat salah dalam melayani konsumen. Prinsip ihsan dengan menjalin komunikasi yang baik serta memaksimalkan layanan untuk konsumen. Namun dalam Bengkel Abe Motor ini ada satu prinsip yang tidak terpenuhi yaitu prinsip tauhid/kesatuan sebab motir kerap kali belum sholat lima waktu dengan tepat padahal sudah di berikan jam istirahat yang cukup oleh pemilik toko.

Sedangkan dalam Bengkel Buntung Motor telah memenuhi prinsip kehendak bebas dengan membebaskan konsumen dalam menggunakan layanan atau produk yang sesuai kebutuhan. Prinsip tanggung jawab selain tanggung jawab dengan apa yang di lakukan montir ketika melayani konsumen, prinsip tanggung jawab ini juga terpenuhi dengan melayani konsumen dengan sigap dan cepat sehingga konsumen tidak lama dalam menunggu. Prinsip ihsan dengan memberikan perhatian yang penuh terkait keinginan dan kebutuhan konsumen. Namun dalam Bengkel Buntung Motor ini ada dua prinsip etika yang belum terpenuhi yaitu prinsip tauhid karena montir kerap belum sholat lima waktu padahal sudah di berikan jam istirahat yang cukup oleh pemilik, bahkan terkadang malah digunakan untuk bermain game atau tiduran saja. Prinsip keseimbangan, montir terkadang memberlakukan konsumen dengan adil dan sesuai antrian hanya saja ada beberapa montir yang tidak memperlakukan adil ke beberapa konsumen yang baru datang seperti tidak memberlakukan konsumen dengan ramah sehingga konsumen yang tidak berani bilang dan datang lebih dulu akan di abaikan dan memilih ke konsumen lain.

Daftar Pustaka

- Abdul, A. (2020). Teknik Analisis Data Analisis Data. *Teknik Analisis Data Analisis Data*, 1–15.
- Ardiansyah, T. E., Setiawan, I. R., & Rahmantika, E. (2020). Analisis Etika Bisnis Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Pt. Modern Multi Kemasindo - Tangerang. *Dynamic Management Journal*, 4(1). <https://doi.org/10.31000/dmj.v4i1.3019>
- Ermiami, & Abdullah, M. W. (2016). Adz Dzahab Adz Dzahab. *Adz Dzahab*, 1(1), 1–15.
- Faradannisa, M., & Supriyanto, A. (2022). Kepuasan Pelanggan Ditinjau dari Store Atmosphere, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Etika Bisnis Islam. *Tawazun: Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(1), 76–94.
- Hadi, S. (2016). Pemeriksaan Keabsahan Data Penelitian Kualitatif Pada Skripsi [Examination of the Validity of Qualitative Research Data on Thesis]. *Ilmu Pendidikan*, 22(1), 21–22.
- Jureid, J. (2020). IMPLEMENTASI ETIKA PELAYANAN PADA MINI MARKET DAN SWALAYAN PANYABUNGAN KABUPATEN MANDAILING NATAL GUNA MENCAPAI PROFIT YANG MAKSIMAL DITINJAU DARI EKONOMI ISLAM. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, 5(1). <https://doi.org/10.30829/ajei.v5i1.7781>
- Masykuroh, N. (2020). Etika Bisnis Islam. In *PT. Nasya Expanding Management*.
- Setiawan, D., & Setiawan, R. I. (2018). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Servis (Studi Kasus AHASS Kenari Motor). *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan*, 3(1), 93–107.
- Sinambela, E. A., Sari, P. P., & Arifin, S. (2020). Pengaruh Variabel Harga dan Citra Perusahaan terhadap Keputusan Pembelian Produk Wingsfood. *AKUNTABILITAS: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Ekonomi*, 13(1), 55–70. <https://doi.org/10.35457/akuntabilitas.v13i1.1053>
- Waris, et. al. (2022). Metodologi Penelitian Kualitatif. In *Metodologi Penelitian Kualitatif*. In *Rake Sarasin* (Issue Maret).