

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Pada zaman ini persaingan bisnis yang terjadi semakin ketat, suatu perusahaan akan terus bertahan dalam persaingan jika dapat menciptakan nilai, selalu melakukan inovasi dan memberikan kepuasan konsumen melalui penyampaian barang atau jasa yang berkualitas. Pemenuhan kebutuhan konsumen yang baik sangat menentukan kepuasan pelanggan. Pelayanan buruk dan kurang memuaskan akan menimbulkan berkurangnya jumlah konsumen atau bahkan konsumen akan berpindah pada perusahaan lain. Oleh karena itu, hal tersebut menjadi tantangan bagi perusahaan dalam membangun citra perusahaan melalui pemberian pelayanan yang memuaskan.

Bisnis yang berkembang cukup pesat adalah bisnis warung makan. Hal tersebut ditandai dengan berdirinya berbagai jenis warung makan. Bisnis warung makan dengan nuansa nyaman dan santai banyak dicari oleh masyarakat, baik pekerja maupun pelajar dan mahasiswa untuk menghilangkan kepenatan, kejenuhan dan rasa lelah akibat rutinitas yang dilakukan setiap harinya. Dalam mengatasi hal tersebut, banyak orang mencari hiburan yang menyenangkan hati, seperti di bioskop, mall, restoran, dan warung makan yang bisa buat nongkrong. Karena, hiburan merupakan kebutuhan yang tidak dapat dipisahkan dengan manusia yang disebabkan pola dan gaya hidup yang semakin meningkat seiring dengan berkembangnya perekonomian. Kepedulian terhadap kepentingan konsumen dengan cara memenuhi kebutuhan, keinginan,

harapan konsumen serta kepuasan konsumen menjadi faktor kunci untuk dapat bertahan dalam persaingan usaha yang semakin ketat. Oleh karena itu, dalam berbisnis dituntut untuk dapat memberikan sesuatu yang berharga dan dapat memberikan kesan yang mendalam bagi konsumen, dengan cara memberikan kepuasan melalui pelayanan yang cepat dan ramah kepada konsumen.

Mewujudkan kepuasan konsumen adalah tujuan utama dalam berbisnis di bidang apapun. Salah satu cara untuk mewujudkan kepuasan konsumen yaitu dengan memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen. Menurut Parasuraman yang dikutip oleh Arif (2007,118) kualitas pelayanan adalah perbandingan antara pelayanan yang dirasakan sama atau melebihi kualitas layanan yang diharapkan.¹ Kualitas pelayanan merupakan faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Pelayanan yang baik dan kepuasan konsumen merupakan tujuan utama dalam bisnis warung makan, konsumen yang puas dengan pelayanan yang cepat, dan ramah akan memberikan nilai baik bagi warung tersebut. Kualitas pelayanan sebagai usaha untuk mewujudkan kenyamanan terhadap konsumen agar konsumen merasa senang karena apa yang mereka minta sesuai dengan apa yang mereka harapkan. Harapan konsumen merupakan faktor penting, kualitas pelayanan yang baik akan menimbulkan kepuasan konsumen dan memberikan harapan yang diinginkan konsumen.

Keberhasilan dalam suatu pelayanan dapat dicapai apabila terjadi peningkatan kepuasan penerima pelayanan. Saat pelayanan yang diterima

¹ Arief, *Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan* (Malang: Banyumedia Publishing, 2007), 118.

konsumen sesuai dengan kebutuhan dan harapan konsumen, maka akan terwujud kepuasan dalam diri konsumen atau penerima pelayanan.² Sebaliknya, apabila kinerja perusahaan tidak sesuai dengan harapan konsumen maka, konsumen akan merasa tidak puas dengan jasa atau produk yang dibeli. Sehingga, perasaan kecewa dan tidak puas dalam diri konsumen yang muncul akan menimbulkan sikap negative berupa perilaku complain terhadap perusahaan, penyedia layanan ataupun penyedia produk.³

Menurut Kotler dan Keller dalam bukunya (2008,42) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan.⁴ Kepuasan konsumen merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari konsumen dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut. Semakin terpenuhi harapan-harapan dari konsumen tentu konsumen akan semakin puas. Jika seorang pelanggan merasa puas dengan kinerja yang diberikan oleh produk atau jasa dalam perusahaan, sangat besar kemungkinan konsumen akan menjadi pelanggan dalam waktu yang lama.⁵ Penerapan Strategi-strategi dalam menjual makanan dan minuman harus dilakukan oleh sebuah usaha, karena dengan adanya strategi, konsumen akan merasa puas dan dapat dipertahankan

² Nina Rahmayanti, *Manajemen Pelayanan Prima* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), 92.

³ Fandy Tjiptono, *Service Management : Mewujudkan Layanan Prima*, Kedua (Yogyakarta: Andi Offset, 2008), 302.

⁴ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Macanan Jaya Cemerlang, 2008), 42.

⁵ Husein Umar, *Study Kelayakan Bisnis : Teknik Menganalisis Kelayakan Rencana Bisnis Secara Komprehensif* (Jakarta: Gramedia, 2005), 65.

keberadaannya atau lebih ditingkatkan lagi jumlahnya. Jika konsumen merasa puas, maka ia akan melakukan pembelian secara berulang-ulang.

Sebagai seorang muslim dalam memberikan pelayanan harus berprinsip pada nilai-nilai syariah untuk mewujudkan ketaqwaan sekaligus membuktikan kesesuaian keimanan dengan apa yang kita jalankan sesuai syariat islam.⁶ Menurut Didin Hafidudin dan Hermawan Kartajaya dalam bukunya (2003,63) mengatakan nilai-nilai islami yang harus diterapkan dalam memberikan pelayanan maksimal yaitu: Professional, Kesopanan dan Keramahan, Jujur, dan Dapat Dipercaya⁷. Sikap pelayanan yang baik di dalam pandangan Ekonomi Islam dijadikan tolak ukur dalam menilai kualitas pelayanan terhadap konsumen yaitu standardisasi syariah. Islam mensyari'atkan kepada manusia agar selalu terikat dalam hukum syara' dalam menjalankan setiap aktivitas ataupun memecahkan setiap masalah.

Pengertian hukum kualitas pelayanan tidak secara langsung dijumpai di dalam Al-Quran, tetapi didasarkan pada konsep memberikan pelayanan yang baik kepada manusia dan telah diperintahkan oleh Allah SWT dalam Al-Quran.

Surah An-Nisa ayat 86 sebagai berikut:

وَإِذَا حُيِّئْتُمْ بِهِ بِحَسَنَةٍ فَكُونُوا بِهَا حَسَنًا أَوْ رُدُّوهَا إِنَّ اللَّهَ كَانَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ حَسِيبًا

Artinya: “Apabila kamu diberi penghormatan dengan sesuatu penghormatan, Maka balaslah penghormatan itu dengan yang lebih baik dari padanya, atau balaslah penghormatan itu (serupa). Sesungguhnya Allah memperhitungkan segala sesuatu.” (An-Nisa: 86).⁸

⁶ Fandy Ciptono, *Strategi Pemasaran*, Ke Lima (Yogyakarta: Andi Offset, 2016), 71.

⁷ Rezki Febriani, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Koran Harian Fajar Di Kota Makassar (DiTinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam)” (Makassar, UIN Alauddin Makassar, 2017), 28–30, http://repositori.uin-alauddin.ac.id/7925/1/REZKI%20FEBRIANI_.pdf.

⁸ QS. An-Nisa (4): 86

Dari ayat diatas maka dapat disimpulkan bahwa sesama manusia harus saling menghormati, jika dihubungkan dengan sebuah usaha hal ini menjadi landasan bagi penjual untuk menghormati konsumennya. Salah satu bentuk penghormatan yaitu dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik kepada konsumennya. Jadi, segala sesuatu dalam melakukan sebuah bisnis haruslah memberikan pelayanan yang baik, karena dengan adanya pelayanan yang baik maka, konsumen akan merasa lebih terpuaskan.

Kota Kediri merupakan kota yang memiliki banyak tempat kuliner, bahkan di Kota Kediri sudah tidak asing lagi yang namanya warung makan. Banyak warung makan berdiri di Kota Kediri. Salah satunya di Kec. Mojoroto Kota Kediri berdiri warung makan yang menyediakan tidak hanya minuman kopi, tetapi makanan berat, camilan, dan berbagai minuman lainnya. Sekarang ini nongkrong di kedai kopi dan warung makan yang menyediakan kopi telah menjadi kebiasaan sebagian masyarakat baik anak muda atau orang dewasa, khususnya di Kota Kediri. Tidak hanya sekedar minum kopi, tetapi biasanya warung makan juga menjadi tujuan beberapa kegiatan tertentu, seperti bertemu dengan klien, meeting kerja, kumpul bersama keluarga, reunian, sebagai tempat bersosialiasi dan juga sebagai tempat untuk belajar atau sekedar nongkrong dari berbagai kalangan remaja dan dewasa.

Salah satu warung makan yang diminati di Kota Kediri khususnya di Kec.Mojoroto adalah Cafe Warung Gunung (WAGU). Cafe WAGU telah berdiri sejak Tahun 2017. Cafe ini terletak di Jln.Ahmad Dahlan No.106, Mojoroto, Kec. Mojoroto, Kota Kediri. Manajer serta penanggung jawab

semua kegiatan dari Cafe WAGU ini bernama Ibu Yeni. Warung Gunung (WAGU) merupakan cafe yang cocok bagi kalangan remaja ataupun dewasa. Agar tetap diminati konsumen, dalam menghadapi persaingan usaha Wagu tetap mempertahankan visi dan misi awal yaitu harga tetap dipertahankan murah dengan mengutamakan kualitas dan kenyamanan pengunjung. Kualitas disini adalah dari segi makanan dan minuman, mulai dari penyajian, rasa, dan pelayanan dari orang datang mau makan sampai pulang dilayani dengan baik, parkir luas dan gratis, serta *wifi* 24 jam. Jarang warung yang mengutamakan seperti itu, meskipun ada, tetapi jarang dan masih minim sekali. Nilai lebih dari cafe ini dibandingkan dengan *coffeshop* lainnya adalah dari segi harga, karena mereka menetapkan harga yang murah untuk kelas cafe dengan rasa makanan yang enak, dan memberikan pelayanan yang terbaik agar konsumen bisa lebih puas dan nyaman. Selain itu Ibu yeni selalu mengarahkan karyawannya untuk melakukan pelayanan yang sopan, ramah, dan jujur kepada konsumen.⁹

Tabel 1.1
Daftar Cafe di Jln. Ahmad Dahlan Mojoroto Kota Kediri

No	Nama Usaha	Alamat	Jumlah Karyawan	Kisaran Harga	Sistem Pelayanan
1	Cafe Warung Gunung (WAGU)	Jln. Ahmad Dahlan No. 106, Mojoroto, Kota Kediri	75 Orang	Rp. 2.000 – Rp. 40.000	Jemput Konsumen
2	Homely Cafe	Jln. Ahmad Dahlan No. 82, Mojoroto, Kota Kediri	3 Orang	Rp. 15.000 – Rp. 30.000	Kasir
3	Kedai Dimar	Jln. Ahmad Dahlan No. 78, Mojoroto, Kota Kediri	6 Orang	Rp. 8.000 – Rp. 23.000	Kasir

⁹ Yeni Kurnia, Wawancara Pertama dengan Manajer Cafe WAGU, 28 Desember 2020.

4	Ayee Cafe	Jln. Ahmad Dahlan No.119, Mojoroto, Kota Kediri	3 Orang	Rp. 5.000 – Rp. 15.000	Kasir
---	-----------	---	---------	------------------------	-------

Sumber: Observasi

Dari data diatas menunjukkan bahwa Warung gunung memiliki jumlah karyawan yang cukup banyak dan harga yang ditawarkan Wagu relatif murah dibanding dengan cafe – cafe yang terletak di sekitar Wagu atau di Jln. Ahmad Dahlan, Mojoroto, Kota Kediri. Dari hasil observasi yang penulis lakukan menunjukkan bahwa sistem pelayanan yang dilakukan oleh wagu juga berbeda, jika dibandingkan dengan cafe-cafe yang terletak disekitarnya. Sistem pelayanan yang diterapkan di WAGU menggunakan sistem pelayanan jemput konsumen yaitu, dengan jumlah pelayan yang banyak dan tempat yang luas, mereka di koordinir dan di bagi perpos untuk bertanggung jawab melayani dengan cepat dan menghampiri ke meja para konsumen untuk melakukan pemesanan. Selain itu, konsumen yang memesan menu ke pelayan akan secara otomatis menu yang dipesan masuk dalam dapur, hal ini karena Wagu memakai sistem aplikasi yang sangat memudahkan pelayannya.

Sehingga waktu yang dibutuhkan untuk mengerjakan pesanan konsumen menjadi lebih cepat. Untuk makanan yang sudah siap waktu tunggu maksimal 5 menit sudah diantar ke meja, untuk makanan dalam proses masak waktu tunggunya maksimal 15 menit sudah diantar ke meja. Untuk pembayarannya konsumen tinggal memanggil pelayan dan pembayarannya langsung di meja konsumen dan diberi nota, dengan ini konsumen tidak perlu antri ke kasir saat memesan ataupun membayar makanannya. Hal ini memberikan suatu

perbedaan menonjol jika dibanding dengan cafe-cafe disekitarnya yang masih menggunakan sistem kasir.

Tabel 1.2
Data Pendapatan Kotor Cafe Warung Gunung Tahun 2017-2021

Tahun	Pendapatan Kotor
2017	9.600.000.000
2018	10.800.000.000
2019	11.040.000.000
2020	3.600.000.000
2021	4.800.000.000

Sumber: Data dari Manajer Warung Gunung

Dari tabel diatas terlihat bahwasanya pada tahun 2017 pendapatan kotornya sebesar Rp.9.600.000.000 dan pada tahun 2018 pendapatannya sebesar Rp.10.800.000.000. Hal tersebut menunjukkan pada tahun 2017 ke 2018 mengalami peningkatan sebesar Rp.1.200.000.000. Pada tahun 2019 pendapatannya sebesar Rp.11.040.000.000. Pada tahun 2018 ke 2019 mengalami peningkatan lebih sedikit yaitu Rp.240.000.000. Pada tahun 2020 pendapatannya sebesar Rp.3.600.000.000, ini terjadi penurunan pendapatan dikarenakan adanya pandemi covid-19, sehingga jam buka wagu dan jumlah konsumen dibatasi. Pada tahun 2019 ke 2020 terjadi penurunan pendapatan sebesar Rp. 7.440.000.000. Pada tahun 2021 pendapatannya sebesar Rp. 4.800.000.000. Pada tahun 2020 ke 2021 terjadi peningkatan sebesar Rp. 1.200.000.000.

Tabel 1.3
Data Omzet Bersih Cafe Warung Gunung Tahun 2017-2021

Tahun	Omzet Bersih
2017	420.000.000
2018	468.000.000
2019	480.000.000
2020	180.000.000
2021	240.000.000

Sumber: Data dari Admin Keuangan Warung Gunung

Dari tabel diatas terlihat bahwasanya pada tahun 2017 omzet bersihnya sebesar Rp. 420.000.000 dan pada tahun 2018 sebesar Rp.468.000.000. Hal tersebut menunjukkan pada tahun 2017 ke 2018 omzet bersih Wagu mengalami peningkatan sebesar Rp. 48.000.000. Pada tahun 2019 omzet bersihnya sebesar Rp. 480.000.000. Pada tahun 2018 ke 2019 mengalami peningkatan lebih sedikit yaitu Rp. 12.000.000. Pada tahun 2020 omzet bersihnya sebesar Rp.180.000.000, ini terjadi penurunan omzet bersih dikarenakan adanya pandemi covid-19, sehingga jam buka wagu dan jumlah konsumen dibatasi. Pada tahun 2019 ke 2020 terjadi penurunan omzet bersih sebesar Rp. 300.000.000. Pada tahun 2021 pendapatanya sebesar Rp. 240.000.000. Pada tahun 2020 ke 2021 terjadi peningkatan sebesar Rp. 60.000.000.

Data pendapatan kotor dan omzet bersih tersebut mampu mengalami peningkatan menurut Bu Yeni selaku Manajer Cafe Wagu di latar belakanginya adanya perubahan sistem pelayanan yang semula masih menggunakan sistem kasir pada awal usaha berganti pada sistem pelayanan jemput konsumen pada pertengahan 2018 yang dilakukan oleh Manajer Warung Gunung yang menyebabkan peningkatan pendapatan drastis pada tahun 2017 ke 2018. Data pendapatan dan omzet bersih mengalami penurunan terjadi pada tahun 2019 ke 2020, karena pada tahun 2020 terjadi pandemi covid-19 sehingga jam buka cafe dan jumlah konsumen dibatasi. Tetapi untuk tahun 2021 pendapatan dan omzet bersihnya sudah mulai mengalami peningkatan Untuk jumlah konsumen pada hari senin sampai jumat perharinya minimal 200 konsumen, sedangkan untuk hari sabtu, minggu, dan pada saat tanggal merah perharinya minimal 400

konsumen¹⁰ serta dari pengakuan beberapa konsumen di Wagu, lebih nyaman dengan pelayanan yang dilakukan sekarang daripada pelayanan sebelumnya.¹¹ Penelitian ini dilakukan dengan alasan untuk meneliti sejauh mana strategi pelayanan yang dilakukan Cafe Warung Gunung (WAGU) dalam meningkatkan kepuasan konsumen untuk menjamin kemajuan bisnis yang dilakukan serta bagaimana jika dilihat dari perspektif ekonomi islam. Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah yang terjadi di atas maka dapat diajukan sebuah penelitian dengan judul **“Peran Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus pada Cafe Warung Gunung Mojoroto Kota Kediri)”**

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana Strategi Pelayanan Cafe Warung Gunung Mojoroto Kota Kediri dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen?
2. Bagaimana Peran Strategi Pelayanan Cafe Warung Gunung Mojoroto Kota Kediri dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Perspektif Ekonomi Islam ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk menjelaskan Strategi Pelayanan Cafe Warung Gunung Mojoroto Kota Kediri dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen.

¹⁰ Yeni Kurnia, Wawancara dengan Manajer Wagu, Mei 2021.

¹¹ Yeni Kurnia, Wawancara Kedua dengan Manajer Cafe WAGU, 11 Februari 2021.

2. Untuk menjelaskan Peran Strategi Pelayanan Cafe Warung Gunung Mojoroto Kota Kediri dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Perspektif Ekonomi Islam.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diambil dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini digunakan untuk menambah wawasan, pengetahuan, dan pengalaman peneliti tentang permasalahan yang dikaji serta dapat dijadikan media untuk menerapkan teori-teori yang diperoleh melalui perkuliahan, terutama dalam mengidentifikasi masalah, menganalisis situasi dan mengadakan penelitian formal, diharapkan pula dapat membangkitkan minat dan semangat peneliti lainnya untuk melakukan riset dengan variabel yang lebih banyak lagi. Serta bagi peneliti dapat dijadikan pengetahuan yang dapat diterapkan dalam dunia kerja nanti.

2. Bagi Pihak Cafe Warung Gunung Mojoroto Kota Kediri

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai pertimbangan dan masukan bagi Cafe Warung Gunung untuk menyusun keputusan pemecahan masalah yang dihadapi maupun sebagai pemikiran strategi jangka panjang terutama dalam bidang pemasaran yang berhubungan dengan strategi pelayanan. Dengan menerapkan strategi pelayanan yang tepat akan dapat meningkatkan kepuasan serta memperbanyak konsumen yang membeli di Cafe Warung Gunung ini.

3. Bagi Pihak IAIN Kediri

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai tambahan referensi dan bahan penelitian untuk menambah literatur penelitian tentang strategi pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

E. Telaah Pustaka

Berikut Telaah Pustaka yang digunakan penulis:

1. “Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan *Perspektif Ekonomi Islam* (Studi Pada Pelanggan Listrik Pasca Bayar Di Pt. Pln (Persero) Rayon Purbalingga”, skripsi oleh Sri Atun Chasanah, IAIN Purwokerto, Tahun 2015. Dalam penelitian ini PT. PLN Persero Rayon Purbalingga menerapkan beberapa bentuk strategi pelayanan agar tercapai kepuasan pelanggan. Diantaranya adalah dengan memberikan kemudahan pembayaran atau memperluas jaringan pembayaran melalui PPOB (Payment Point Online Bank) dan untuk penanganan gangguan jaringan distribusi listrik menggunakan aplikasi APKT (Aplikasi Pengaduan dan Keluhan Terpadu). Sedangkan hasil analisis ekonomi Islam, kualitas pelayanan yang diterapkan meliputi beberapa aspek diantaranya *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* mampu memenangkan hati pelanggan sehingga kepuasan pelanggan dapat tercapai. Perbedaan dengan penelitian saya terletak pada objek yang diteliti saya pada Warung Gunung sedangkan penelitian dahulu pada PLN, sedangkan persamaannya adalah sama-sama meneliti tentang strategi pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan perspektif ekonomi islam.
2. “Strategi Pelayanan dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah dalam Sistem Murabahah Pada *Leasing FIF (Federal International Finance)*

Syariah Taman Palem Asri Jakarta Barat”, skripsi oleh Rustian Zaka Rullah, UIN JAKARTA, Tahun 2016. Dalam penelitian ini hasil analisis yang dilakukan menggunakan strategi pelayanan berupa memberikan produk yang berkualitas, memberikan kualitas pelayanan yang ramah, mengutamakan kepentingan atau pencapaian kepuasan nasabah, memberikan jaminan keamanan dari produk maupun pelayanan yang diberikan dengan harapan pelanggan mendapatkan kepuasan. Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang strategi pelayanan dalam meningkatkan kepuasan sedangkan perbedaannya dalam penelitian ini menggunakan tinjauan sistem murabahah pada *Leasing FIF* sedangkan penelitian yang saya tulis menggunakan perspektif ekonomi islam . Obyek yang diteliti juga berbeda.

3. “Strategi Pelayanan Di PT Arminareka Perdana Cabang Surabaya. Dalam Upaya Meningkatkan Kepuasan Konsumen”, skripsi oleh Zelvi Dianita, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya , Tahun 2019. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif. Hasil penelitian yang dibuat ini menunjukkan bahwa strategi pelayanan dalam upaya kepuasan jamaah sangat tinggi karena para jamaah haji merasakan sangat puas terhadap pelayanan yang dilakukan oleh PT. Armina perdana Surabaya. Para jamaah sangat percaya dengan pelayanan yang diberikan oleh PT. Arminareka Perdana Surabaya. Pelayanan yang diberikan oleh PT. Arminareka Perdana Surabaya adalah pelayanan yang berkualitas dalam artian pelayanan utama dan pelayanan tambahan untuk kepuasan para jamaah Haji dan Umroh. Persamaan penelitian ini adalah sama- sama

membahas tentang strategi pelayanan dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Perbedaan penelitian ini adalah apabila penelitian terdahulu obyeknya di PT. Arminareka Perdana Surabaya, tidak memakai perspektif dan penelitian yang saya tulis obyeknya pada warung gunung kota kediri menggunakan perspektif ekonomi islam.

4. “Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Di Perusahaan Batik UD. Setia Jaya Karangen Trenggalek)”, skripsi oleh Dyah Agustiningtyas, IAIN Tulungagung, Tahun 2018. Metode penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Hasil penelitian adalah perusahaan batik UD. Setia Jaya menggunakan strategi pelayanan yang tepat yaitu, produknya berkualitas, waktu pesanan cepat, tanggap dengan kebutuhan pelanggan, adanya jaminan, dan menjalin komunikasi baik dengan pelanggan. Etika bisnis islam memandang strategi pelayanan yang diterapkan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan adalah tidak ada syarat khusus untuk karyawan, kualitas produk dan harga sebanding, adanya inovasi, pertanggungjawaban terhadap pesanan dicatat dengan baik. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang strategi pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Perbedaannya, apabila penelitian terdahulu menggunakan tinjauan etika bisnis Islam sedangkan penelitian yang saya tulis menggunakan perspektif ekonomi islam serta Obyek yang diteliti juga berbeda, penelitian dahulu di UD. Setia Jaya dan penelitian saya di Warung Gunung.

5. “Strategi *Customer Service* dalam Meningkatkan Pelayanan PT. Bank Rakyat Indonesia (persero) Tbk. Unit Batua Raya (pendekatan manajemen islam)”, skripsi oleh Nirwa UIN Alauddin Makassar 2018. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dan menggunakan jenis deskriptif-kualitatif. Hasil penelitian Strategi customer service dalam memberikan pelayanan ada dua kategori diantaranya strategi pelayanan yang mendasar meliputi karyawan yang bertugas dibagian customer service harus bersikap ramah, komunikatif, name tag yang selalu diperlihatkan. Sedangkan strategi pelayanan yang utama meliputi kompetensi, percaya dan dipercaya, kontribusi, kejujuran, sosial, peduli lingkungan dan inovasi. Upaya yang dilakukan customer service terhadap pelayanan diberikan kepada nasabah dapat diketahui dengan keinginan mereka untuk terus menggunakan jasa dari PT. Bank Rakyat Indonesia (persero) Tbk, Unit Batua Raya itu bisa ditunjukkan dari adanya kepuasan mereka atas layanan yang selama ini diberikan. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang pelayanan. Perbedaannya, apabila penelitian terdahulu menggunakan Strategi customer service dalam meningkatkan pelayanan sedangkan penelitian yang saya menggunakan strategi pelayanan dalam meningkatkan kepuasan konsumen. penelitian terdahulu menggunakan pendekatan manajemen islam sedangkan penelitian yang menggunakan perspektif ekonomi islam. Obyek yang diteliti juga berbeda, penelitian dahulu bertempat di PT. Bank Rakyat Indonesia sedangkan penelitian yang saya tulis bertempat di Warung Gunung.

6. “Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Loyalitas Pasien (Studi Kasus Pada Rumah Sakit Muhammadiyah Ahmad Dahlan Kediri)”, Skripsi oleh Cici Indarwati, IAIN Kediri, Tahun 2016. Tipe Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa RSM Ahmad Dahlan memiliki strategi untuk meningkatkan loyalitas pasien yaitu: Yang pertama, membuat rencana layanan baru/ inovasi berupa pembangunan Poli Stroke, Poli Diabet, HCU dan Desa Binaan Sehat. Yang kedua, meningkatkan mutu pelayanan, baik internal maupun eksternal. Selain itu RSM Ahmad Dahlan Kediri juga memperhatikan elemen-elemen pelayanan yaitu Keandalan, Daya Tanggap, Empati, Jaminan, Dan Bukti Langsung. Hal ini dapat dibuktikan dengan bertambahnya jumlah pasien dari tahun ke tahun, selain itu peran strategi ini juga berdampak terhadap pasien. Pasien mempunyai kepuasan dan membuat pasien bertahan, berlangganan kembali dan mereferensikan kepada orang lain sebagai bentuk loyalitas. Persamaan dalam penelitian ini sama-sama membahas tentang Strategi Pelayanan. Perbedaan dari penelitian ini adalah pada penelitian dahulu membahas tentang loyalitas konsumen dan obyek penelitiannya RSM Ahmad Dahlan Kediri, tidak menggunakan perspektif sedangkan penelitian yang saya tulis membahas tentang kepuasan konsumen dan obyek penelitian saya di warung gunung kota kediri serta menggunakan perspektif ekonomi islam.