

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN JASA INTERNET PADA
PLASA TELKOM GROUP PAREPARE PERSPEKTIF ETIKA
BISNIS ISLAM**



Oleh:

AJENG KARTINI. A
NIM 13.2200.062

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI (STAIN)
PAREPARE**

2017

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN JASA INTERNET PADA
PLASA TELKOM GROUP PAREPARE PERSPEKTIF ETIKA
BISNIS ISLAM**



**Oleh:
AJENG KARTINI. A
NIM 13.2200.062**

Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Hukum (S.H)
pada Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam
Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Parepare

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI (STAIN)
PAREPARE**

2017

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN JASA INTERNET PADA
PLASA TELKOM GROUP PAREPARE PERSPEKTIF ETIKA
BISNIS ISLAM**

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai
Gelar Sarjana Hukum (S.H)**

**Program Studi
Hukum Ekonomi Syariah**

Disusun dan diajukan oleh

**AJENG KARTINI. A
NIM 13.2200.062**

Kepada

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI (STAIN)
PAREPARE**

2017

PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Nama Mahasiswa : Ajeng Kartini. A
Judul Skripsi : Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Internet
Pada Plasa Telkom Group Parepare Perspektif
Etika Bisnis Islam
Nomor Induk Mahasiswa : 13.2200.062
Jurusan : Syariah dan Ekonomi Islam
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah (*Muamalah*)
Dasar Penetapan Pembimbing : SK.Ketua Jurusan Syariah STAIN Parepare
No. Sti. 08/PP.00.9/0803/2016

Disetujui Oleh

Pembimbing Utama : Drs. Moh. Yasin Soumena, M.Pd.
NIP : 19610320 199403 1 004
Pembimbing Pendamping : Muhammad Kamal Zubair, M.Ag.
NIP : 19730129 200501 1 004



Mengetahui:

Ketua Jurusan Syariah
dan Ekonomi Islam




Budiman, S.Ag., M.HI.
NIP: 19730627 200312 1 004

SKRIPSI

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN JASA INTERNET PADA
PLASA TELKOM GROUP PAREPARE PERSPEKTIF ETIKA
BISNIS ISLAM**

Disusun dan diajukan oleh

**AJENG KARTINI. A
NIM 13.2200.062**

Telah dipertahankan di depan panitia ujian munaqasyah
pada tanggal 21 Agustus 2017 dan
dinyatakan telah memenuhi syarat

Mengesahkan

Dosen Pembimbing

Pembimbing Utama : Drs. Moh. Yasin Soumena, M.Pd.
NIP : 119610320 199403 1 004
Pembimbing Pendamping : Muhammad Kamal Zubair, M.Ag.
NIP : 19730129 200501 1 004




Ketua STAIN Parepare
Dr. Ahmad Sultra Rustan, M.Si
NIP.19640427 198703 1 002


Ketua Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam
Budhman, S.Ag., M.HI.
NIP. 19730627 200312 1 004

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Internet
 Pada Plasa Telkom Group Parepare Perspektif
 Etika Bisnis Islam

Nama Mahasiswa : Ajeng Kartini, A

Nomor Induk Mahasiswa : 13.2200.062

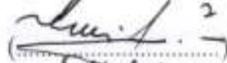
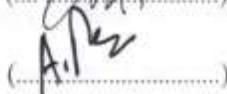
Jurusan : Syariah dan Ekonomi Islam

Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah (*Muamalah*)

Dasar Penetapan Pembimbing : SK.Ketua STAIN Parepare
 No. St. 19/PP.00.9/0798/2016

Tanggal Kelulusan : 21 Agustus 2017

Disahkan Oleh Komisi Penguji

Drs. Moh. Yasin Soumena, M.Pd.	Ketua	
Muhammad Kamal Zubair, M.Ag.	Sekretaris	
Dr. St. Jamilah Amin, M.Ag.	Anggota	
Dr. H. Rahman Ambo Masse, Lc., M.Ag.	Anggota	

Mengetahui:

Ketua STAIN Parepare


Dr. Ahmad Sultra Rustan, M.Si
 NIP: 196404271987031002

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah segala puji dan syukur peneliti panjatkan atas kehadiran Allah SWT atas semua limpahan rahmat serta hidayahnya yang diberikan kepada penulis sehingga bisa menyelesaikan skripsi tepat pada waktunya. Tak lupa pula kirim salawat serta salam kepada junjungan Nabiullah Muhammad SAW. Nabi yang menjadi panutan bagi kita semua. Skripsi ini penulis susun untuk memenuhi salah satu persyaratan akademik guna menyelesaikan studi pada Program Studi Muamalah Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Parepare.

Penulis menghaturkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada kedua orang tua penulis. Ayahanda Alimuddin, Ibunda Hasnawiah, yang telah memberi semangat, do'a tulusnya dan nasihat-nasihat yang tiada henti-hentinya. Terima kasih untuk saudara kandungku Adjie Nugraha. A, atas dukungan dan motivasinya baik berupa moril maupun materil yang belum tentu penulis dapat membalasnya.

Selanjutnya, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ketua STAIN Parepare, Bapak Dr. Ahmad Sultra Rustan, M.Si yang telah bekerja keras mengelola pendidikan di STAIN Parepare.
2. Ketua Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam, Bapak Budiman, S.Ag., M.HI atas pengabdianya telah menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi mahasiswa.

3. Pembimbing I dan pembimbing II, Bapak Drs. Moh. Yasin Soumena, M.Pd. dan Bapak Muhammad Kamal Zubair, M.Ag. atas segala bantuan dan bimbingan yang telah diberikan kepada penulis.
4. Penanggung Jawab Program Studi Hukum Ekonomi Islam/*Muamalah*, Bapak Aris, S.Ag., M.HI.
5. Bapak/Ibu dosen beserta admin jurusan Syariah dan Ekonomi Islam STAIN Parepare yang telah meluangkan waktu mereka dalam mendidik penulis selama kuliah di STAIN Parepare.
6. Bapak/Ibu pegawai perpustakaan STAIN Parepare yang telah bekerja sama dalam membantu peneliti mencari referensi buku-buku di perpustakaan STAIN Parepare.
7. Sahabat-sahabat, teman-teman balbol, junior-junior dan senior-senior STAIN Parepare serta teman-teman seperjuangan yang telah memberikan semangat dan meluangkan waktu menemani serta membantu penulis dalam mencari referensi dan menyelesaikan penelitian dan penulisan.
8. Keluarga besar Kantor Plasa Telkom Group Parepare yang telah memberi informasi dan data yang dibutuhkan penulis dalam penelitian.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penyusun dengan sangat terbuka dan lapang dada mengharapkan adanya berbagai masukan dari berbagai pihak yang sifatnya membangun guna kesempurnaan skripsi ini.

Semoga segala bantuan yang penulis terima dari berbagai pihak mendapat balasan yang pantas dan sesuai dari Allah SWT. Penulis juga berharap semoga skripsi ini dinilai ibadah di sisi-Nya dan bermanfaat bagi siapa saja yang membutuhkannya,

khususnya pada lingkungan Program Studi Muamalah Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam STAIN Parepare. Akhirnya, semoga aktivitas yang kita lakukan mendapat bimbingan dan ridho dari-Nya. Aamiin.

Parepare, 19 Juli 2017

Penulis



AJENG KARTINI A
NIM. 13.2200.062



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : AJENG KARTINI. A

NIM : 13.2200.062

Tempat/Tgl. Lahir : Parepare/21/04/1995

Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

Jurusan : Syariah dan Ekonomi Islam

Judul Skripsi : Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Internet Pada Plasa Telkom Group Parepare Perspektif Etika Bisnis Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Parepare, 19 Juli 2017

Penulis



AJENG KARTINI. A
NIM. 13.2200.062

ABSTRAK

Ajeng Kartini. A, *Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Internet Pada Plasa Telkom Group Parepare Perspektif Etika Bisnis Islam*. (dibimbing oleh Moh. Yasin Soumena dan Muhammad Kamal Zubair).

Kualitas pelayanan pada Plasa Telkom Group Parepare dalam memberikan pelayanannya agar menciptakan kepuasan pengguna jasa internet sehingga pengguna jasa internet tetap loyal dan tidak beralih pada perusahaan lain. Salah satu tindakan untuk memuaskan pengguna jasa internet adalah dengan memberikan pelayanan dengan sebaik-baiknya. Pelayanan yang baik merupakan suatu kunci keberhasilan dalam perusahaan dengan memenuhi harapan dan keinginan pengguna jasa internet. Penelitian ini mengangkat permasalahan mengenai bagaimana bentuk pelayanan pada Plasa Telkom Group Parepare dalam melayani pengguna jasa internet, bagaimana respon pengguna jasa internet terhadap pelayanan pada Plasa Telkom Group Parepare, dan bagaimana implikasi layanan jasa internet pada Plasa Telkom Group Parepare yang akan dianalisis dari segi etika bisnis Islam.

Penelitian ini termasuk penelitian deskriptif kualitatif, dengan teknik pengumpulan data *field research* dengan pendekatan perspektif etika bisnis Islam melalui wawancara dan observasi terhadap karyawan Kantor Plasa Telkom Group Parepare dan pengguna jasa internet di Plasa Telkom Group Parepare

Hasil penelitian menunjukkan bahwa bentuk pelayanan Plasa Telkom Group Parepare sudah sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam yakni, prinsip kesatuan. Respon pengguna jasa internet ada yang sesuai, dan ada pula yang tidak sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam, yakni prinsip keseimbangan dan prinsip kebenaran: kebajikan, dan kejujuran. Sedangkan implikasinya, layanan jasa internet sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam yakni prinsip bertanggungjawab.

Key Word: Kualitas Pelayanan, pengguna jasa internet, analisis Etika Bisnis Islam.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGAJUAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN KOMISI PEMBIMBING.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN KOMISI PENGUJI	v
KATA PENGANTAR	vi
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ix
ABSTRAK.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Kegunaan Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu	6
2.2 Tinjauan Teoritis	9
2.2.1 Teori Etika Bisnis Islam	9
2.2.2 Teori Kualitas	20
2.2.3 Teori Pelayanan	21
2.2.4 Teori Pengguna Jasa Internet.....	25
2.3 Tinjauan Konseptual.....	29
2.4 Bagan Kerangka Pikir.....	32

BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian	34
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	35
3.3 Fokus Penelitian	35
3.4 Jenis dan Sumber Data	35
3.5 Teknik Pengumpulan Data	37
3.6 Teknik Analisis Data	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Bentuk Pelayanan pada Plasa Telkom Group Parepare dalam Melayani Pegguna Jasa Internet	40
4.2 Respon Pengguna Jasa Internet Terhadap Pelayanan pada Plasa Telkom Group parepare	48
4.3 Implikasi Layanan Jasa Internet Pada Plasa Telkom Group Parepare	61
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan.....	77
5.2 Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran	Judul Lampiran
Lampiran 1	Surat Permohonan Izin Penelitian
Lampiran 2	Surat Izin Penelitian
Lampiran 3	Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian
Lampiran 4	Bukti Wawancara
Lampiran 5	Gambaran Umum Lokasi penelitian di Kantor Plasa Telkom Group Parepare
Lampiran 6	Foto Saat Wawancara dengan Karyawan Plasa Telkom Group Parepare dan wawancara dengan Pengguna Jasa Internet Plasa Telkom Group Parepare
Lampiran 7	Struktur Organisasi Plasa Telkom Group Parepare
Lampiran 8	Riwayat Hidup Penulis

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Jasa telekomunikasi merupakan salah satu produk yang saat ini semakin penting bagi masyarakat Kota Parepare. PT. Telekomunikasi Indonesia adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang menyediakan layanan telekomunikasi dan jaringan terbesar di Indonesia. PT. Telekomunikasi Indonesia (TELKOM) sebagai salah satu badan usaha milik negara yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa telekomunikasi mempunyai peranan yang penting dalam penyediaan sarana telekomunikasi bagi masyarakat.

Tuntutan masyarakat dan pengguna jasa (*customer*) terhadap peningkatan kualitas pelayanan telekomunikasi di masa mendatang semakin ketat, kompleks dan persaingan di bidang jasa telekomunikasi juga semakin tinggi. Telkom berusaha meningkatkan kinerja agar selalu menjadi yang terbaik di mata dan hati pengguna jasa internet.

Telkom harus selalu memberikan layanan yang terbaik untuk pengguna jasa internetnya, tidak hanya mutu dari produknya saja, tetapi juga harus didukung oleh pelayanan yang baik. Dalam hal ini, yang bertugas untuk melayani pengguna jasa internet itu sendiri adalah *Customer Service* yang menyediakan sarana khusus untuk melayani pengguna jasa internet, yaitu dengan menyediakan Plasa Telkom di setiap daerah, termasuk di Kota Parepare.

Plasa Telkom adalah salah satu *channel* pelayanan yang disediakan Telkom untuk berinteraksi secara langsung antara Telkom dengan pengguna jasa internet atau calon pengguna jasa internet mengenai kebutuhan informasi tentang produk dan

layanan Telkom yang akan dijelaskan oleh *Customer Service* di Plasa Telkom Group Parepare.

Salah satu tindakan untuk memuaskan pengguna jasa internet adalah dengan cara memberikan pelayanan kepada pengguna jasa internet dengan sebaik-baiknya. Pelayanan merupakan setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan suatu apapun.¹ Apabila pelayanan yang diberikan baik dan memuaskan sesuai dengan standar yang berlaku maka akan menghasilkan nilai kepuasan yang baik.

Kepuasan pengguna jasa internet merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Setelah pengguna jasa internet merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, pengguna jasa internet akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Kemudian mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama. Oleh karena itu, perusahaan harus mulai memikirkan pentingnya pelayanan pengguna jasa internet secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena kini semakin disadari bahwa pelayanan kepuasan pengguna jasa internet merupakan hal yang terpenting dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan.

Kepuasan pelanggan bukan sesuatu yang dapat dilatih dalam satu bulan, tetapi terus berlangsung apabila segala sesuatu berjalan dengan baik. Ini adalah suatu sikap dan suatu cara berbisnis, yang harus terus diimplementasikan khususnya pada pengguna jasa internet.²

¹Hardiansyah Ahmad, *Kualitas Pelayanan Publik* (Yogyakarta: Gava Media, 2011), h. 10

²Robert W. Bly, *Fool Proof Marketing* (Jakarta: Erlangga, 2003), h. 220.

Pelayanan di Plasa Telkom Group Parepare harus terus ditingkatkan sehingga pengguna jasa internet tidak beralih pada perusahaan lain. Pelayanan yang baik merupakan suatu kunci keberhasilan dalam perusahaan dengan memenuhi harapan dan keinginan pengguna jasa internet. Hal tersebut yang dapat melayani pengguna jasa internet adalah *Customer Service* di Plasa Telkom Group Parepare, sehingga dapat mengetahui harapan-harapan pengguna jasa internet terhadap kepuasan informasi, yaitu kesesuaian harapan dengan kenyataan manfaat yang diperoleh.

Kualitas pelayanan pengguna jasa internet pada Plasa Telkom Group Parepare dalam meningkatkan pelayanan yang sesuai dengan aturan dan kebijakan yang berlaku maka, *Customer Service* harus tetap menerapkan hal tersebut karena, tujuan dari *Customer Service* adalah untuk memuaskan pengguna jasa internet dengan pelayanannya yang disesuaikan dengan mengembangkan hubungan yang erat pada pengguna jasa internet. Hubungan yang erat antara *Customer Service* dan pengguna jasa internet yakni berdasarkan kepercayaan, saling menghargai, dan tujuan bersama untuk kepuasan pengguna jasa internet.

Kualitas jasa internet yang dilakukan oleh suatu perusahaan yang bergerak dibidang jasa adalah dengan memberikan kualitas pelayanan (*service*) yang terbaik bagi pengguna jasa internet. Jadi adanya kualitas pelayanan jasa internet yang baik maka dapat menciptakan kepuasan dan loyalitas bagi pengguna jasa internet.

Berdasarkan uraian diatas dengan melihat kenyataan yang ada, dimana sebagian pengguna jasa internet di Plasa Telkom Group Parepare masih terdapat berbagai keluhan-keluhan dari pengguna jasa internet yang masih belum sesuai dengan harapan dan keinginannya terhadap kualitas pelayanan dan ketidaksesuaian layanan informasi. Maka dari itu akan diteliti, dikaji dan dianalisis mengenai bentuk-

bentuk pelayanan pada Plasa Telkom Group Parepare dalam melayani pengguna jasa internet, respon pengguna jasa internet terhadap pelayanan pada Plasa Telkom Group Parepare, dan implikasi layanan jasa internet pada Plasa Telkom Group Parepare kemudian, ditinjau dari segi etika bisnis Islam dan menyusunnya dalam skripsi yang berjudul *“Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Internet Pada Plasa Telkom Group Parepare Perspektif Etika Bisnis Islam”*

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas maka penulis merumuskan masalah yang merupakan objek pembahasan dalam penelitian ini. Adapun rumusan masalah yang penulis maksud adalah :

- 1.2.1 Bagaimana Bentuk Pelayanan pada Plasa Telkom Group Parepare dalam Melayani Pengguna Jasa Internet?
- 1.2.2 Bagaimana Respon Pengguna Jasa Internet Terhadap Pelayanan pada Plasa Telkom Group Parepare?
- 1.2.3 Bagaimana Implikasi Layanan Jasa Internet pada Plasa Telkom Group Parepare?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pengertian dan permasalahan di atas kita bisa mengambil kesimpulan bahwa tujuan penelitian tidak bisa kita lepaskan dari penelitian. Oleh karena itu dirumuskan beberapa tujuan penelitian sebagai berikut:

- 1.3.1 Untuk Mengetahui Bentuk Pelayanan pada Plasa Telkom Group Parepare dalam Melayani Pengguna Jasa Internet
- 1.3.2 Untuk Mengetahui Respon Pengguna Jasa Internet Terhadap Pelayanan pada Plasa Telkom Group Parepare

1.3.3 Untuk Mengetahui Implikasi Layanan Jasa Internet pada Plasa Telkom Group Parepare

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

1.4.1.1 Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan pemikiran kepada masyarakat terhadap Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Internet Pada Plasa Telkom Group Parepare

1.4.1.2 Penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya sehingga mampu menghasilkan penelitian-penelitian yang lebih mendalam lagi.

1.4.2 Manfaat Praktis

1.4.2.1 Bagi Peneliti: Untuk pengembangan wawasan keilmuan dan sebagai sarana penerapan dari ilmu pengetahuan yang selama ini penulis peroleh selama dibangku kuliah.

1.4.2.2 Bagi Masyarakat: Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada pihak yang akan menjadi pengguna jasa internet pada Plasa Telkom Group Parepare untuk menentukan kebijakan yang akan diambil sebelum menjadi pengguna jasa internet di Plasa Telkom Group Parepare.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelusuran penulis, terdapat beberapa skripsi/penelitian yang membahas mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna jasa. Adapun penelitian terdahulu yang meneliti terkait Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Internet pada Plasa Telkom Group Parepare Perspektif Etika Bisnis Islam sebagai berikut:

- 2.1.1** Penelitian yang dilakukan oleh saudari Badryani dengan judul “*Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan PT. Hadji Kalla Cabang Parepare Terhadap Kepuasan Pelanggan (Analisis Ekonomi Islam)*” program studi Muamalah jurusan Syariah dan Ekonomi Islam. Dalam penelitian tersebut membahas mengenai langkah-langkah yang dilakukan PT. Hadji Kalla Cabang Parepare dalam meningkatkan kualitas pelayanan pelanggan, faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan di PT. Hadji Kalla Cabang Parepare, dan indikator yang digunakan oleh PT. Hadji Kalla Cabang Parepare dalam mengukur kepuasan pelanggan. Penulisan skripsinya menggunakan penelitian deskriptif kualitatif, dengan menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sehingga memperoleh kesimpulan bahwa mengenai langkah-langkah yang dilakukan PT. Hadji Kalla Cabang Parepare dalam meningkatkan kualitas pelayanan pelanggan menjadi puas yaitu, memiliki dimensi *reliable* (kehandalan), *reseponsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati), dan *tangibles* (bukti fisik). Dalam tinjauan analisis ekonomi Islam maka hal tersebut dibenarkan, faktor-

faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan yaitu pelayanan perusahaan, sarana dan prasarana, kualitas produk, dan harga produk. Indikator yang digunakan dalam mengukur kepuasan pelanggan yaitu, pembelian ulang, kurangnya pelanggan yang menyatakan komplain, meningkatnya jumlah penjualan.³

Berdasarkan pemaparan penelitian saudara Badryani, terdapat beberapa persamaan dan perbedaan mengenai objek kajian yang penulis akan teliti yakni, dari persamannya yaitu terletak pada pembahasan kualitas pelayanan. Sedangkan perbedaannya yaitu, penelitian sebelumnya lebih berfokus pada langkah-langkah yang dilakukan PT. Hadji Kalla Cabang Parepare dalam meningkatkan kualitas pelayanan pelanggan, faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan di PT. Hadji Kalla Cabang Parepare, dan indikator yang digunakan oleh PT. Hadji Kalla Cabang Parepare dalam mengukur kepuasan pelanggan. Akan tetapi, penelitian yang akan dilakukan berbeda dengan penelitian terdahulu, penulis kali ini membahas mengenai analisis etika bisnis Islam.

2.1.2 Pada penelitian sebelumnya telah diadakan oleh saudara Yulia Sabilla Yassaroh dengan judul “*Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Kualitas Pelayanan (Studi PT. Bosowa Berlian Motor Cabang Parepare)*” Program Studi Hukum Ekonomi Syariah jurusan Syariah dan Ekonomi Islam tahun 2015. Dalam penelitian tersebut membahas mengenai kualitas pelayanan pada PT. Bosowa Berlian Motor Cabang Parepare, mengenai bentuk-bentuk pelayanan, kualitas pelayanan yang dimiliki, dan implementasi etika bisnis

³Badryani, *Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan PT. Hadji Kalla Cabang Parepare Terhadap Kepuasan Pelanggan (Analisis Ekonomi Islam)* (Skripsi Sarjana: Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam STAIN; Parepare, 2014), h. ix.

Islam terhadap pelayanan yang dilakukan. Penulisan skripsinya menggunakan penelitian deskriptif kualitatif, dengan menggunakan metode observasi wawancara dan dokumentasi. Sehingga memperoleh kesimpulan bahwa bentuk-bentuk pelayanan yang dilakukan PT. Bosowa Berlian Motor Cabang Parepare telah memenuhi standar kualitas pelayanan, telah memenuhi lima dimensi pengukuran kualitas pelayanan yaitu berwujud kehandalan, ketanggapan, jaminan dan empati. Selain itu implementasi etika bisnis Islam secara tidak langsung telah diterapkan oleh PT. Bosowa Berlian Motor Cabang Parepare terhadap proses pelayanan, yaitu nilai kesatuan, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan kebajikan.⁴

Berdasarkan pemaparan penelitian saudari Yulia Sabilla Yassaroh, terdapat beberapa persamaan dan perbedaan mengenai objek kajian yang penulis akan teliti yakni, dari persamannya yaitu terletak pada pembahasan kualitas pelayanan dan dari segi analisis etika bisnis Islam. Sedangkan perbedaannya yaitu, penelitian sebelumnya lebih berfokus pada bentuk-bentuk pelayanan yang dilakukan oleh PT. Bosowa Berlian Motor Cabang Parepare, kualitas pelayanan yang dimiliki, dan implementasi etika bisnis Islam terhadap pelayanan yang dilakukan. Akan tetapi, penelitian yang akan dilakukan berbeda dengan penelitian terdahulu, karena belum ada yang membahas secara khusus mengenai Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Internet Pada Plasa Telkom Group Parepare Perspektif Etika Bisnis Islam.

⁴Yulia Sabilla Yassaroh, *Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Kualitas Pelayanan (Studi PT. Bosowa Berlian Motor Cabang Parepare)* (Skripsi Sarjana: Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam STAIN; Parepare, 2015), h. viii.

2.2 Tinjauan Teoritis

2.2.1 Teori Etika Bisnis Islam

2.2.1.1 Definisi Etika Bisnis Islam

Etika berasal dari kata Yunani *ethos*, yang dalam bentuk jamaknya (*at etha*) berarti “adat istiadat” atau “kebiasaan” Secara etimologi etika identik dengan moral, karena telah umum diketahui bahwa istilah moral berasal dari kata *mos* (dalam bentuk tunggal) dan *mores* (dalam bentuk jamak dalam bahasa latin yang artinya kebiasaan atau cara hidup.⁵ Sedangkan bisnis diambil dari kata *business* (Bahasa Inggris) yang berarti kegiatan. Oleh karena itu secara luas kegiatan bisnis diartikan sebagai kegiatan usaha yang dijalankan oleh atau badan usaha (perusahaan) secara teratur dan terus-menerus yaitu berupa kegiatan mengadakan barang-barang atau jasa maupun fasilitas-fasilitas untuk diperjualbelikan atau disewakan dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan.⁶

Pengertian secara umum etika dan moralitas sama-sama berarti sistem nilai tentang bagaimana manusia harus hidup baik sebagai manusia yang telah diinstitusionalisasikan dalam sebuah adat kebiasaan yang kemudian terwujud dalam pola perilaku dan konsisten dan berulang dalam kurung waktu yang lama sebagaimana layaknya sebuah kebiasaan. Selain itu etika juga dipahami dalam pengertian yang sekaligus berbeda dengan moralitas. Etika berisi tentang nilai dan norma-norma yang konkret yang menjadi pedoman dan pegangan hidup manusia dalam kehidupannya.⁷ Secara lebih khusus lagi makna etika menunjukkan perilaku

⁵A. Kadir, *Hukum Bisnis Syariah dalam Al-Qur'an* (Jakarta: AMZAH, 2010), h. 47.

⁶Zaeni Asyhadie, *Hukum Bisnis Prinsip dan Pelaksanaannya di Indonesia* (Cet. VI; Jakarta: Rajawali Pers, 2012), h. 29.

⁷Agus Ariyanto, *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011), h. 5.

etis maupun tidak etis yang dilakukan *manajer* dan *karyawan* dari suatu organisasi perusahaan. Sedangkan menyatakan etika bisnis menunjukkan refleksi moral yang dilakukan oleh pelaku bisnis secara perorangan maupun secara kelembagaan (organisasi) untuk menilai suatu isu, dimana penilaian ini merupakan pilihan terhadap nilai yang berkembang dalam suatu masyarakat.

Melalui pilihan nilai tersebut, individu atau organisasi akan memberikan penilaian apakah sesuatu yang dilakukan itu benar atau salah, adil atau tidak serta memiliki kegunaan (utilitas) atau tidak.⁸ Jadi etika bisnis merupakan studi yang dikhususkan mengenai moral yang benar dan salah. Studi ini berkonsentrasi pada standar moral sebagaimana diterapkan dalam kebijakan, institusi, dan perilaku bisnis.⁹

Menurut Rafiq Issa Beekun dalam buku Veithzal Rivai, Amiur Nuruddin, dan Faisar Ananda Arfa, etika dapat didefinisikan sebagai seperangkat prinsip moral yang membedakan yang baik dan yang buruk.¹⁰ Etika adalah bidang ilmu yang bersifat normatif karena ia berperan menentukan apa yang harus dilakukan atau tidak dilakukan oleh seseorang individu.¹¹

Menurut kamus Besar Indonesia, etika dijelaskan dengan arti ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak dan kewajiban moral (akhlak). Etika

⁸Ismail Solihin, *Pengantar Manajemen* (Jakarta, Ciracas: Gelora Aksara Pratama, 2009), h.179.

⁹Manuel G. Velasquez, *Etika Bisnis, Konsep dan Kasus*, edisi 5 (Yogyakarta: Andi, 2005), h. 12.

¹⁰Veithzal Rivai, Amiur Nuruddin, dan Faisar Ananda Arfa, *Islamic Business and Economic Ethics (Mengacu Pada Alqur'an dan Mengikuti Jejak Rasulullah SAW Dalam Bisnis, Keuangan, dan Ekonomi)* (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), h. 2.

¹¹Veithzal Rivai, Amiur Nuruddin, dan Faisar Ananda Arfa, *Islamic Business and Economic Ethics (Mengacu Pada Alqur'an dan Mengikuti Jejak Rasulullah SAW Dalam Bisnis, Keuangan, dan Ekonomi)*, h. 3.

juga diartikan kumpulan asas atau nilai yang berkenaan dengan akhlak. Serta diartikan nilai mengenai benar dan salah yang dianut suatu golongan atau masyarakat.

Etika bisnis adalah cara-cara untuk melakukan kegiatan bisnis yang mencakup seluruh aspek yang berkaitan dengan individu, perusahaan, industri, dan juga masyarakat. Kesemuanya ini mencakup bagaimana menjalankan bisnis secara adil, sesuai dengan hukum yang berlaku dan tidak tergantung pada kedudukan individu ataupun perusahaan di masyarakat.

Menurut Muhammad, etika bisnis Islam merupakan suatu norma yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadist yang dijadikan pedoman untuk bertindak, bersikap, bertingkah laku serta membedakan antara mana yang baik dan mana yang buruk dalam melakukan aktivitas bisnis.¹²

Dapat disimpulkan bahwa etika adalah suatu, hal yang dilakukan secara benar dan baik, tidak melakukan suatu keburukan melakukan hak kewajiban sesuai dengan moral dan melakukan segala sesuatu dengan penuh tanggung jawab. Sedangkan dalam Islam etika adalah akhlak seorang muslim dalam melakukan semua kegiatan termasuk dalam bidang bisnis. Oleh karena itu, jika ingin selamat dunia akhirat, kita harus memakai etika dalam keseluruhan aktivitas bisnis kita. Dan etika bisnis merupakan studi formal dan bagaimana standar itu diterapkan ke dalam sistem dan organisasi yang digunakan masyarakat modern untuk memproduksi dan mendistribusikan barang dan jasa dan diterapkan kepada orang-orang yang ada di dalam organisasi.

2.2.1.2 Prinsip-prinsip Etika Bisnis Dalam Islam

¹²Muhammad, *Etika Bisnis Islam* (Yogyakarta: Akademik Manajemen Perusahaan YKPN, 2004), h. 4

Pada umumnya, prinsip yang berlaku dalam bisnis yang baik sesungguhnya tidak bisa dilepaskan dari kehidupan kita sehari-hari, dan prinsip-prinsip ini sangat berhubungan erat dengan sistem nilai-nilai yang dianut masyarakat.

Menurut Abdul Aziz ada beberapa prinsip-prinsip yang terdapat dalam etika bisnis Islam yaitu:

2.2.1.2.1 Kesatuan (*Unity*)

Kesatuan sebagaimana terefleksikan dalam konsep tauhid yang memadukan keseluruhan aspek-aspek kehidupan muslim baik dalam bidang ekonomi, politik, sosial menjadi keseluruhan homogeni, serta meningkatkan konsep konsistensi dan keteraturan yang menyeluruh. Dari konsep ini Islam menawarkan keterpaduan agama, ekonomi, sosial, demi membentuk kesatuan. Atas dasar pandangan ini pula maka etika dan bisnis menjadi terpadu, vertikal maupun horizontal, membentuk suatu persamaan yang sangat penting dalam sistem islam.

Tauhid juga dapat diartikan sebagai iman, akidah, dan tanggung jawab terhadap amanah. Ketiga makna tersebut, dalam konteks ekonomi memberikan suatu kesadaran pembahasan terhadap para pelaku ekonomi dari ketundukan dan kecenderungan yang berlebihan terhadap materi, dan membentuk pemikiran yang bertanggung jawab dalam mengelola aset-aset ekonomi sesuai dengan aturan-aturan syariah.

2.2.1.2.2 Keseimbangan (*Equilibrium/adil*)

Keseimbangan (*equilibrium/adil*) dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, islam mengharuskan berbuat adil, tak terkecuali pada pihak yang tidak disukai.¹³ Keseimbangan adalah keadilan atau kesetaraan. Prinsip ini menuntut agar setiap

¹³Abdul Aziz, *Etika Bisnis Islam Perspektif Islam* (Bandung: Alfabeta, 2013) h. 45.

orang diperlakukan secara sama sesuai dengan aturan adil dan sesuai dengan kriteria yang rasional objektif, serta dapat dipertanggungjawabkan. Allah swt memerintahkan kepada seluruh hamba-Nya untuk berlaku adil dalam setiap perbuatan seperti yang terdapat dalam Qs. Al-Maidah/5:8.

يَتَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلَىٰ ءَلَّا تَعْدِلُوا ؕ اَعْدِلُوا هُوَ اَقْرَبُ لِلتَّقْوٰى وَاتَّقُوا اللّٰهَ ۗ اِنَّ اللّٰهَ خَبِيْرٌۢ بِمَا تَعْمَلُوْنَ

Terjemahnya :

Hai orang-orang yang beriman hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah, menjadi saksi dengan adil, dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap sesuatu kaum, mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adillah, karena adil itu lebih dekat kepada takwa, dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.¹⁴

Dari ayat yang telah dijelaskan diatas bahwa dalam melakukan suatu perbuatan yang baik itu adalah dengan berbuat adil serta adanya keseimbangan dalam setiap aspek kehidupan, karena Allah lebih menyukai orang-orang yang berbuat adil dan memperlakukan setiap orang dengan sama, tanpa melakukan perbuatan yang diskriminatif atau perbuatan yang membedakan dari satu pihak ke pihak lainnya.

2.2.1.2.3 Kehendak Bebas (*Free Will*)

Kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis Islam, tetapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif. Kepentingan individu dibuka lebar. Tidak adanya batasan pendapatan bagi seseorang mendorong manusia untuk aktif berkarya dan bekerja dengan segala potensi yang dimilikinya. Sampai pada tingkat tertentu, manusia dianugerahi kehendak bebas untuk memberi arahan dan

¹⁴Departemen Agama RI, *Al-qur'an dan Terjemahnya dengan Transliterasi Arab* (Semarang: PT. Karya Toha Putra Semarang, 1998), h. 144

membimbing kehidupannya sendiri sebagai khalifah di mukabumi sebagaimana Allah berfirman dalam Q.S. Al-Baqarah/2:30 berikut:

وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلٰٓئِكَةِ اِنِّىْ جَاعِلٌ فِى الْاَرْضِ خَلِيْفَةًۢ ۗ قَالُوْۤا اَتَجْعَلُ فِىْهَا مَنْ يُّفْسِدُ فِىْهَا وَيَسْفِكُ الدِّمَآءَ وَنَحْنُ نُسَبِّحُ بِحَمْدِكَ وَنُقَدِّسُ لَكَ ۗ قَالَ اِنِّىْۤ اَعْلَمُ مَا لَا تَعْلَمُوْنَ ﴿۳۰﴾

Terjemahnya:

Dan (ingatlah) ketika Tuhanmu berfirman kepada para malaikat, "Aku hendak menjadikan khalifah di bumi." Mereka berkata: "Apakah Engkau hendak menjadikan orang yang merusak dan menumpahkan darah di sana, sedangkan kami bernaib memuji-Mu dan menyucikan nama-Mu?" Dia berfirman, "Sungguh, aku mengetahui apa yang tidak kamu ketahui".¹⁵

Berdasarkan prinsip kehendak bebas ini, manusia mempunyai kebebasan untuk melakukan suatu perbuatan salah satunya dalam membuat suatu perjanjian termasuk menepati janji ataupun mengingkarinya. Disamping itu, setiap perbuatan yang dilakukannya harus bisa dipertanggungjawabkan sesuai apa yang telah dilakukan. Seorang muslim yang percaya kepada kehendak Allah akan memuliakan semua janji yang dibuatnya.

2.2.1.2.4 Tanggungjawab (*Responsibility*)

Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang mustahil dilakukan oleh manusia karena tidak menuntut adanya pertanggungjawaban dan akuntabilitas. Untuk memenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan, manusia perlu mempertanggungjawabkan tindakannya secara logis prinsip ini berhubungan erat dengan kehendak bebas, Ia menetapkan batasan mengenai apa yang bebas dilakukan oleh manusia dengan bertanggungjawab atas semua yang dilakukannya.

2.2.1.2.5 Kebenaran: kebajikan dan kejujuran

¹⁵Departemen Agama RI, *Al-qur'an dan Terjemahnya dengan Transliterasi Arab*, h. 6.

Dalam konteks ini selain mengandung makna kebenaran lawan dari kesalahan, mengandung pula dua unsur yaitu kebajikan dan kejujuran.¹⁶ Dalam konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku benar yang meliputi proses akad (transaksi) proses mencari atau memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan keuntungan. Dengan prinsip kebenaran ini maka etika bisnis Islam sangat menjaga dan berlaku preventif terhadap kemungkinan adanya kerugian salah satu pihak yang melakukan transaksi, kerjasama atau perjanjian dalam bisnis.

Kebenaran tersebut dasar dari keadilan, melakukan suatu perbuatan dengan benar dikatakan sebagai kesesuaian dengan syariah Islam. Kebenaran dalam memberikan informasi, kebenaran dalam memberikan pertimbangan, dan kebenaran mengambil keputusan memberikan jaminan kepada semua pihak atas hak-hak yang terkait. Keadilan hanya akan bermakna jika setiap orang berpikir, bersikap, dan berperilaku secara benar. Karena, dari sikap kebenaran, kebajikan, dan kejujuran maka, suatu bisnis secara otomatis akan melahirkan persaudaraan, dan kemitraan yang saling menguntungkan, tanpa adanya kerugian dan penyesalan.

Berdasarkan prinsip bisnis di atas, Adam Smith menganggap bahwa prinsip keadilan sebagai prinsip yang paling pokok. Menerapkan prinsip-prinsip bisnis secara tepat sesuai dengan keperluan atau kebutuhan. Penerapan prinsip-prinsip bisnis yang tepat ke dalam sebuah perusahaan, yang pertama terbentuk tentu akan terbangun budaya kerja perusahaan (*Corporate Cultur*) yang memenuhi aspek pembudayaan atau pembiasaan dan penghayatan nilai-nilai, norma atau prinsip moral yang

¹⁶Abdul Aziz, *Etika Bisnis Islam Perspektif Islam*, h. 46.

dianggap sebagai inti kekuatan dari sebuah perusahaan yang sekaligus juga membedakannya dengan perusahaan yang lain.

Menurut pendapat Michael Josephson yang dikutip oleh Zimmerer dalam buku Suryana, secara universal prinsip etika, yaitu kejujuran, integritas, memelihara janji, kesetiaan, kewajaran, suka membantu orang lain, hormat kepada orang lain, warga negara yang bertanggung jawab, mengejar keunggulan, dan dapat dipertanggungjawabkan.¹⁷

Kesimpulan dari pemaparan para ahli mengenai prinsip etika bisnis Islam yaitu dengan menjalankan suatu bisnis yang benar dan adil maka, akan menciptakan suatu bisnis yang sehat dan saling menguntungkan satu sama lain tanpa ada pihak yang dirugikan.

2.2.1.3 Pentingnya Etika Dalam Bisnis

Berdasarkan konteks perusahaan, bisnis dipahami sebagai suatu proses keseluruhan dari produksi yang mempunyai kedalaman logika, bisnis dirumuskan sebagai memaksimalkan keuntungan perusahaan dan meminimumkan biaya perusahaan. Karena itu bisnis sering kali menetapkan pilihan strategis daripada pendirian berdasarkan nilai, dimana pilihan strategis didasarkan atas logika subsistem yaitu keuntungan dan kelangsungan hidup bisnis itu sendiri.

Akibat dari kesadaran demikian maka, upaya-upaya meraih keuntungan dilakukan dengan cara apapun. Walaupun cara-cara yang digunakan mengakibatkan kerugian pihak lain, tetapi bila menguntungkan bagi pelaku bisnis dan perusahaannya, maka dianggap sebagai pilihan bisnis. Adanya pemahaman baru

¹⁷Suryana, *Kewirausahaan, Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses* (Jakarta: Salemba Empat, 2006), h. 230.

mengenai bisnis dianggap mengada-ngada. Ia dianggap sebagai upaya yang akan mengakibatkan berubahnya sistem dan hukum bisnis. Bisnis dianggap sudah terbentuk secara solid dalam dunia sebagaimana yang di pahami oleh kebanyakan orang.

Dengan kenyataan itu, pengembangan etika harus menghadapi situasi dan kondisi kedalam logika rasionalitas bisnis yang bersifat material dan karenanya telah menimbulkan ketegangan dan kerugian-kerugian pada masyarakat. Akan tetapi etika bisnis bukan hanya untuk mencari keuntungan melainkan merekomendasi pemahaman tentang bisnis dan sekaligus mengimplementasikan bisnis sebagai media usaha atau perusahaan yang bersifat etis. Etis dengan pengertian sesuai dengan nilai-nilai bisnis pada satu sisi dan tidak bertentangan dengan nilai-nilai kebatilan, kerusakan, dan kezaliman dalam bisnis.

Etika bisnis bertujuan melakukan perubahan kesadaran masyarakat tentang bisnis dengan memberikan suatu pemahaman atau cara pandangan, baru yakni bahwa bisnis tidak terpisah dari etika. Bisnis merupakan aktivitas manusia secara keseluruhan dalam upaya mempertahankan hidup, mencari rasa aman, memenuhi kebutuhan sosial, dan harga diri serta mengupayakan pemenuhan aktualisasi diri.¹⁸

Bisnis dalam Islam dapat diartikan sebagai serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya (yang tidak dibatasi), namun dibatasi dalam cara perolehan dan pendayaan hartanya (ada aturan halal dan haram). Menjalankan bisnis yang baik berdasarkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam sangat penting dalam setiap orang yang melakukan aktivitas bisnis.

2.2.1.4 Etika Bisnis Menurut Rasulullah Saw

¹⁸Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, h. 61.

Rasulullah saw. Sangat banyak memberikan petunjuk mengenai etika bisnis, berikut ini adalah uraiannya.

Pertama, bahwa prinsip esensial dalam bisnis adalah kejujuran. Dalam doktrin Islam, kejujuran merupakan syarat fundamental dalam kegiatan bisnis Rasulullah saw sangat intens menganjurkan kejujuran dalam aktivitas bisnis. Dalam tataran ini beliau bersabda: “ *Tidak dibenarkan seorang muslim menjual satu jualan yang mempunyai aib, kecuali ia menjelaskan aibnya*” (HR.Al-Quzwani). Rasulullah saw sendiri selalu bersikap jujur dalam berbisnis. Beliau melarang para pedagang meletakkan barang busuk di sebelah bawah dan barang baru di bagian atas.

Kedua, kesadaran tentang signifikansi sosial kegiatan bisnis. Pelaku bisnis menurut Islam, tidak hanya sekedar mengejar keuntungan sebanyak-banyaknya, sebagaimana yang diajarkan Bapak ekonomi kapitalitas, Adam Smith, tetapi juga berorientasi kepada sikap ta'awun (menolong orang lain) sebagai implikasi sosial kegiatan bisnis. Tegasnya berbisnis, bukan mencari untung materiil semata, tetapi didasari kesadaran memberi kemudahan bagi orang lain dengan menjual barang.¹⁹

Ketiga, tidak melakukan sumpah palsu. Nabi Muhammad saw sangat intens melarang para pelaku bisnis melakukan sumpah palsu dalam melakukan transaksi bisnis. Dalam sebuah hadits riwayat Bukhari, Nabi saw bersabda. “ *dengan melakukan sumpah palsu, barang – barang memang terjual tetapi hasilnya tidak berkah.*” Praktek sumpah palsu dalam kegiatan bisnis saat ini sering dilakukan, karena dapat menyakinkan pembeli, dan pada gilirannya meningkatkan daya beli atau

¹⁹Veithzal Rivai, Amiur Nuruddin, dan Faisar Ananda Arfa, *Islamic Business And Economis Ethics (Mengacu Pada Alqur'an Dan Mengikuti Jejak Rasulullah SAW Dalam Bisnis, Keuangan, dan Ekonomi)*, h. 39.

pemasaran. Namun, harus disadari, bahwa meskipun keuntungan yang diperoleh berlimpah, tetapi hasilnya tidak berkah.

Keempat, ramah-tamah. Seorang pelaku bisnis harus bersikap ramah dalam melakukan bisnis.

Kelima, tidak boleh berpura-pura menawar dengan harga tinggi agar orang lain tertarik membeli dengan harga tersebut.

Keenam, tidak boleh menjelekkkan bisnis orang lain, agar orang lain membeli kepadanya.

Ketujuh, tidak melakukan ihtikar. Ihtikar adalah menumpuk dan menyimpan barang dalam masa tertentu, dengan tujuan agar harganya suatu saat akan naik dan keuntungan besar pun diperoleh.

Kedelapan, takaran, ukuran, dan timbangan yang benar. Dalam perdagangan, timbangan yang benar dan tepat harus benar-benar diutamakan.

Kesembilan, bisnis tidak boleh mengganggu kegiatan ibadah kepada Allah SWT.

Kesepuluh, membayar upah sebelum kering keringat karyawan.

Kesebelas, tidak monopoli. Salah satu keburukan sistem ekonomi kapitalis adalah melegitimasi monopoli dan oligopoli.

Kedua belas, tidak melakukan bisnis dalam kondisi eksisnya bahaya (*mudharat*) yang dapat merugikan dan merusak kehidupan individu dan sosial.

Ketiga belas, komoditi bisnis yang dijual adalah barang yang suci dan halal, bukan barang yang haram, seperti babi, anjing, minuman keras, dan sebagainya.

Keempat belas, bisnis dilakukan dengan sukarela, tanpa paksaan.

Kelima belas, segera melunasi kredit yang menjadi kewajibannya. Rasulullah saw. memuji seorang muslim yang memiliki perhatian yang serius dalam pelunasan utangnya.²⁰

Keenam belas, memberi tenggang waktu apabila pengutang (kreditor) belum mampu membayar.

Ketujuh belas, bahwa bisnis yang dilaksanakan bersih dari unsur riba.

2.2.2 Teori Kualitas

Kualitas merupakan salah satu indikator penting bagi perusahaan untuk dapat eksis di tengah ketatnya persaingan dalam industri. Kualitas didefinisikan sebagai totalitas dari karakteristik suatu produk yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dispesifikasikan atau ditetapkan.

Menurut Goetsh dan Davis dalam buku Fandy Tjiptono mengemukakan bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.²¹

Menurut Fandy Tjiptono kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.²²

²⁰Veithzal Rivai, Amiur Nuruddin, dan Faisar Ananda Arfa, *Islamic Business And Economic Ethics (Mengacu Pada Alqur'an Dan Mengikuti Jejak Rasulullah SAW Dalam Bisnis, Keuangan, dan Ekonomi)*, h. 44.

²¹Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa* (Yogyakarta: Andi Offset, 2000), h. 51.

²²Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, edisi 2 (Yogyakarta: Andi Offset, 2010), h. 24.

Sementara itu, Zeithmal, Berry, dan Parasuraman dalam buku Fandy Tjiptono mengidentifikasi lima dimensi pokok yang berkaitan dengan kualitas jasa, antara lain:

2.2.2.1 Bukti langsung (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.

2.2.2.2 Keandalan (*reliability*), yakni kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.

2.2.2.3 Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.

2.2.2.4 Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf bebas dari bahaya, risiko, atau keragu-raguan.

2.2.2.5 Empati (*emphaty*), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.²³

Berdasarkan pengertian diatas, kualitas suatu jasa merupakan tingkat kesesuaian sebuah jasa dengan persyaratan pelanggan, jasa yang berkualitas akan membuat pelanggan merasa puas dan pada akhirnya pelanggan akan terus berdatangan.

2.2.3 Teori Pelayanan

2.2.3.1 Pengertian Pelayanan

Istilah pelayanan berasal dari kata “layan” yang artinya menolong menyediakan segala apa yang diperlukan oleh orang lain untuk perbuatan melayani.

²³Fandy Tjiptono, *Prinsip-Prinsip Total Quality Service* (Yogyakarta: Andi Offset, 2011), h. 14.

Pada dasarnya setiap manusia membutuhkan pelayanan, bahkan secara ekstrim dapat dikatakan bahwa pelayanan tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan manusia.²⁴

Pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung.²⁵ Pelayanan yang baik adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan atau pengguna jasa internet dengan standar yang telah ditetapkan. Kemampuan tersebut ditunjukkan oleh sumber daya manusia dan sarana serta prasarana yang dimiliki.²⁶

Pelayanan pada dasarnya adalah merupakan kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain dan pada hakekatnya tidak berwujud serta tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu, proses produksinya mungkin juga tidak dikaitkan dengan suatu produksi fisik.²⁷

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pelayanan memiliki tiga makna, yaitu perihal atau cara melayani, usaha melayani kebutuhan orang lain dengan memperoleh imbalan uang dan kemudahan yang diberikan sehubungan dengan jual beli barang atau jasa.

Sedangkan menurut Lukman Sampara pelayanan merupakan suatu kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan.²⁸

²⁴Lijan Poltak Sinambela, *Reformasi Pelayanan Publik Teori, Kebijakan, dan Implementasi* (Jakarta: Bumi Aksara, 2010), h. 3.

²⁵Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia* (Jakarta: Bumi Aksara, 2005), h. 47.

²⁶Kasmir, *Etika Customer Service* (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), h. 31.

²⁷Hardiyansyah Ahmad, *Kualitas Pelayanan Publik* (Yogyakarta: Gava Media, 2011), h. 10.

²⁸Lukman Sampara, *Manajemen Kualitas Pelayanan* (Jakarta : STIA LAN Press, 2000), h. 5.

Berdasarkan pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh setiap perusahaan guna memenuhi kebutuhan pelanggan.

2.2.3.1 Ciri-Ciri Pelayanan yang Baik

Pelayanan yang baik memiliki ciri-ciri tersendiri dan hampir semua perusahaan menggunakan kriteria yang sama untuk membentuk ciri-ciri pelayanan yang baik. Berikut ini beberapa ciri pelayanan yang baik yang harus diikuti oleh karyawan yang bertugas melayani pelanggan/nasabah atau pengguna jasa internet.²⁹

2.2.3.1.1 Tersedianya karyawan yang baik.

2.2.3.1.2 Tersedianya sarana dan prasarana yang baik.

2.2.3.1.3 Bertanggung jawab kepada setiap nasabah/pengguna jasa internet sejak awal hingga selesai.

2.2.3.1.4 Mampu melayani secara cepat dan tepat.

2.2.3.1.5 Mampu berkomunikasi.³⁰

2.2.3.1.6 Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi.

2.2.3.1.7 Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik.³¹

2.2.3.1.8 Berusaha memahami kebutuhan nasabah/pengguna jasa internet.

2.2.3.1.9 Mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah/pengguna jasa internet.

2.2.2.3 Unsur-unsur Pelayanan

Terdapat empat unsur penting dalam proses pelayanan antara lain:

²⁹Kasmir, *Etika Customer Service*, h. 33.

³⁰Kasmir, *Etika Customer Service*, h. 34.

³¹Kasmir, *Etika Customer Service*, h. 38.

2.2.2.3.1 Penyedia layanan, yaitu pihak yang dapat memberikan suatu layanan tertentu kepada pelanggan, baik berupa layanan dalam bentuk penyediaan dan penyerahan barang (*goods*) atau jasa-jasa (*services*).

2.2.2.3.2 Penerima layanan, yaitu mereka yang disebut sebagai pelanggan (*customer*) yang menerima berbagai layanan dari penyedia layanan.

2.2.2.3.3 Jenis layanan, yaitu layanan yang dapat diberikan oleh penyedia layanan kepada pihak yang membutuhkan layanan.

2.2.2.3.4 Kepuasan pelanggan, dalam memberikan layanan penyedia layanan harus mengacu pada tujuan utama pelayanan, yaitu kepuasan pelanggan. Hal ini sangat penting dilakukan karena tingkat kepuasan yang diperoleh para pelanggan itu biasanya sangat berkaitan erat dengan standar kualitas barang dan atau jasa yang mereka nikmati.³²

2.2.2.4 Prinsip- prinsip Pelayanan

Terdapat 10 prinsip-prinsip pelayanan, antara lain:

2.2.2.4.1 Kesederhanaan.

2.2.2.4.2 Kejelasan.

2.2.2.4.3 Kepastian waktu.

2.2.2.4.4 Akurasi.

2.2.2.4.5 Keamanan.

2.2.2.4.6 Tanggung jawab.

2.2.2.4.7 Kelengkapan sarana dan prasarana.

2.2.2.4.8 Kemudahan akses.

³²Atep Adya Barata, *Dasar dasar Pelayanan Prima* (Cet. II; Jakarta: Elex Media Komputindo, 2004), h. 11.

2.2.2.4.9 Kedisiplinan, kesopanan, dan keramahan.

2.2.2.4.10 Kenyamanan.³³

Berdasarkan pengertian-pengertian yang telah dijelaskan, penulis dapat menyimpulkan bahwa suatu pelayanan adalah segala sesuatu yang disediakan atau diperlukan oleh orang lain atau pengguna jasa internet untuk memberikan pelayanan dengan sebaik-baiknya sehingga dapat menciptakan pelayanan yang berkualitas.

2.2.2 Teori Pengguna Jasa Internet

2.2.3.1 Pengertian Pengguna Jasa

Pengguna jasa adalah seseorang yang menggunakan jasa yang pada umumnya jasa diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan, dimana interaksi antara pemberi jasa dan penerima jasa mempengaruhi hasil jasa tersebut. Dalam pengertian lain jasa adalah kegiatan yang dapat diidentifikasi, yang bersifat tak teraba, yang direncanakan untuk pemenuhan pengguna jasa.

Jasa ialah setiap tindakan atau yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud, dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Pengguna jasa dengan kata lain yaitu konsumen yang pada umumnya mendapatkan perlindungan konsumen. Menurut Undang-undang no. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen : Pasal 1 nomor 2 “ Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/ atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan”.

³³Atik Septi Ratminto dan Winarsih, *Manajemen Pelayanan* (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2007), h. 22.

Menurut Hornbyo dalam buku Muhammad, “Konsumen (*consumer*) adalah seseorang yang membeli barang atau menggunakan jasa, seseorang atau suatu perusahaan yang membeli barang tertentu atau menggunakan jasa tertentu, sesuatu atau seseorang yang menggunakan suatu persediaan atau sejumlah barang, setiap orang yang menggunakan barang atau jasa”, sehingga terbentuknya kepuasan konsumen.³⁴

Kepuasan konsumen adalah suatu penilaian yang diberikan oleh konsumen setelah menggunakan jasa.³⁵ Penilaian kepuasan dilakukan oleh konsumen mengacu pada penilaian tentang seluruh pengalamannya selama menjadi pengguna jasa.³⁶

Sehingga dari kepuasan pengguna jasa atau konsumen terciptalah perilaku konsumen. Adapun pengertian perilaku konsumen Menurut Lamb, Hair dan Mc.Daniel dalam buku Freddy Rangkuti, menyatakan bahwa perilaku konsumen adalah proses seorang pengguna jasa dalam membuat keputusan untuk membeli, menggunakan serta mengkonsumsi barang-barang dan jasa yang dibeli, juga termasuk faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dan penggunaan produk.³⁷

Jadi penulis dapat menyimpulkan bahwa Perilaku konsumen adalah proses yang dilalui oleh seseorang atau organisasi dalam mencari, membeli, memakai, mengevaluasi, dan membuang produk ataupun jasa setelah dikonsumsi untuk memenuhi kebutuhannya.

2.2.3.2 Pengertian Internet

³⁴Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, h. 37.

³⁵Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, h. 38.

³⁶Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Salemba Empat, 2001), h. 195.

³⁷Freddy Rangkuti, *Riset Pemasaran* (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2002), h. 91.

Internet merupakan suatu jaringan yang mampu menjangkau penggunanya di mana saja, kapan saja, dan bagi siapa saja. Internet telah menimbulkan perubahan drastis bagi dunia komputer dan komunikasi dewasa ini. Penemuan telegraf, telepon, radio, dan komputer merupakan serangkaian tahapan pengembangan bidang komunikasi yang pada akhirnya dapat terintegrasi ke dalam sebuah jaringan internet.³⁸

Berikut beberapa definisi internet menurut para ahli mulai dari yang paling sederhana sampai pada pengertian yang relatif lebih luas.

2.2.3.2.1 Menurut Webopaedia, Internet adalah suatu jaringan global yang menghubungkan jutaan komputer.

2.2.3.2.2 Menurut Berners Lee, Internet adalah suatu jaringan dari beberapa jaringan

2.2.3.2.3 Menurut *Federal Networking Council* (FNC), Internet merupakan sistem informasi global yang secara logis dihubungkan dengan alamat yang unik secara global yang didasarkan pada *Internet Protocol* (IP), yang dapat mendukung komunikasi dengan menggunakan standar *Transmission Control Protocol/Internet Protocol* (TCP/IP) atau IP lain yang kompatibel dan memudahkan publik dan individu melakukan akses komunikasi tingkat tinggi serta berkaitan dengan infrastruktur.³⁹

2.2.3.3 Manfaat Kehadiran Internet

Keberadaan internet memberikan beberapa manfaat bagi penggunanya, antara lain:

2.2.3.3.1 Manfaat Umum

³⁸Djoko Purwanto, *Komunikasi Bisnis, edisi 3* (Jakarta: Erlangga, 2006), h. 332.

³⁹Djoko Purwanto, *Komunikasi Bisnis, edisi 3*, h. 333.

- 2.2.3.3.1.1 Memudahkan penggunaanya berkomunikasi secara global.
- 2.2.3.3.1.2 Cepat dan relatif murah biaya dalam penyampaian informasi dan komunikasi (termasuk forum *chatting*) ke berbagai tempat secara bersamaan.
- 2.2.3.3.1.3 Menambah berbagai macam informasi penting (seperti hasil riset, *download software*, kebijakan, peraturan atau perundang-undangan baru) yang tidak didapatkan di media cetak.
- 2.2.3.3.1.4 Menambah persaudaraan, persahabatan, teman-teman baru atau pasangan baru (calon suami/istri) dari hasil penjelajahan di jalur internet.
- 2.2.3.3.1.5 Menambah wawasan berpikir, berkreasi, dan berinovasi.⁴⁰
- 2.2.3.3.2 Pelaku Bisnis
- 2.2.3.3.2.1 Kehadiran internet dapat dipakai sebagai media promosi atas produk dan jasa yang dihasilkan dengan biaya relatif murah dan daya jangkauannya yang luas (global).
- 2.2.3.3.2.2 Selain sebagai media promosi, bagi kalangan bisnis kehadiran internet juga sebagai media transaksi secara *online* (*online shopping*).
- 2.2.3.3.2.3 Kehadiran internet juga mempermudah sistem pembayaran transaksi dalam berbelanja *online*.
- 2.2.3.3.2.4 Kehadiran internet memberikan peluang tumbuhnya bisnis jasa baru, seperti warung internet (warnet), telepon internet, konsultan telematika, dan desainer situs Web.

⁴⁰Djoko Purwanto, *Komunikasi Bisnis*, edisi 3, h. 345.

2.2.3.3.2.5 Kehadiran internet juga memberikan kemudahan bagi pengiriman informasi (termasuk konfirmasi, proposal, dan laporan bisnis) ke berbagai pihak lebih cepat.⁴¹

2.2.3.3.2.6 Kehadiran internet juga memberikan kemampuan untuk melakukan konferensi jarak jauh (telekonferensi) antara perusahaan induk dengan anak perusahaan yang berada di berbagai belahan dunia.

Dapat disimpulkan bahwa internet memiliki berbagai definisi, tetapi pada intinya. Internet adalah jaringan komputer yang sangat besar yang menghubungkan jaringan-jaringan komputer yang lebih kecil di seluruh dunia. Tujuannya yaitu untuk mempermudah penggunaanya dalam mencari informasi di internet.

2.2 Tinjauan Konseptual (Penjelasan Tentang Judul)

Judul penelitian ini adalah “Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Internet Pada Plasa Telkom Group Parepare Perspektif Etika Bisnis Islam”. Judul tersebut mengandung unsur-unsur pokok yang perlu dibatasi pengertiannya agar pembahasan dalam penelitian ini lebih fokus dan lebih spesifik. Disamping itu, tinjauan konseptual adalah pengertian judul yang akan memudahkan pembaca untuk memahami isi pembahasan serta dapat menghindari kesalahpahaman. Oleh karena itu, dibawah ini akan d uraikan tentang pembahasan makna dari judul tersebut.

2.3.1 Analisis

Analisis adalah penyelidikan terhadap suatu peristiwa (karangan atau perbuatan) untuk mengetahui keadaan sebenarnya (sebab atau duduk perkara). Analisis juga diartikan sebagai penguraian suatu pokok atas berbagai bagiannya dan

⁴¹Djoko Purwanto, *Komunikasi Bisnis*, edisi 3, h. 346.

penelaahan bagian serta hubungan antar bagian untuk memperoleh pengertian yang tepat dan pemahaman arti keseluruhan.⁴²

2.3.2 Kualitas

Menurut Goetsh dan Davis dalam buku Fandy Tjiptono mengemukakan bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.⁴³ kualitas suatu jasa merupakan tingkat kesesuaian sebuah jasa dengan persyaratan pelanggan, jasa yang berkualitas akan membuat pelanggan merasa puas dan pada akhirnya pelanggan akan terus berdatangan.

2.3.3 Pelayanan

Pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung.⁴⁴ Pelayanan yang baik adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan atau pengguna jasa internet dengan standar yang telah ditetapkan.

2.3.4 Pengguna Jasa Internet

Pengguna jasa adalah seseorang yang menggunakan jasa yang pada umumnya jasa diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan, dimana interaksi antara pemberi jasa dan penerima jasa mempengaruhi hasil jasa tersebut. Dalam pengertian lain jasa adalah kegiatan yang dapat diidentifikasi, yang bersifat tak teraba, yang direncanakan untuk pemenuhan pengguna jasa. Sedangkan Internet merupakan suatu jaringan yang mampu menjangkau penggunaanya di mana saja, kapan saja, dan bagi

⁴²Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Bahasa Indonesia, edisi 4* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama: 2008), h. 32.

⁴³Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa* (Yogyakarta: Andi Offset, 2000), h. 51.

⁴⁴Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia* (Jakarta: Bumi Aksara, 2005), h. 47.

siapa saja. Dengan tujuan untuk mempermudah penggunaanya dalam pecarian informasi di internet.

2.3.5 Plasa Telkom Group Parepare

Telkom merupakan salah satu penyedia jasa telekomunikasi dan internet di Indonesia. Plasa Telkom adalah salah satu *channel* pelayanan yang disediakan Telkom untuk berinteraksi secara langsung antara Telkom dengan pengguna jasa internet atau calon pengguna jasa internet mengenai kebutuhan informasi tentang produk dan layanan Telkom yang akan dijelaskan oleh *Customer Service* di Plasa Telkom Group Parepare.

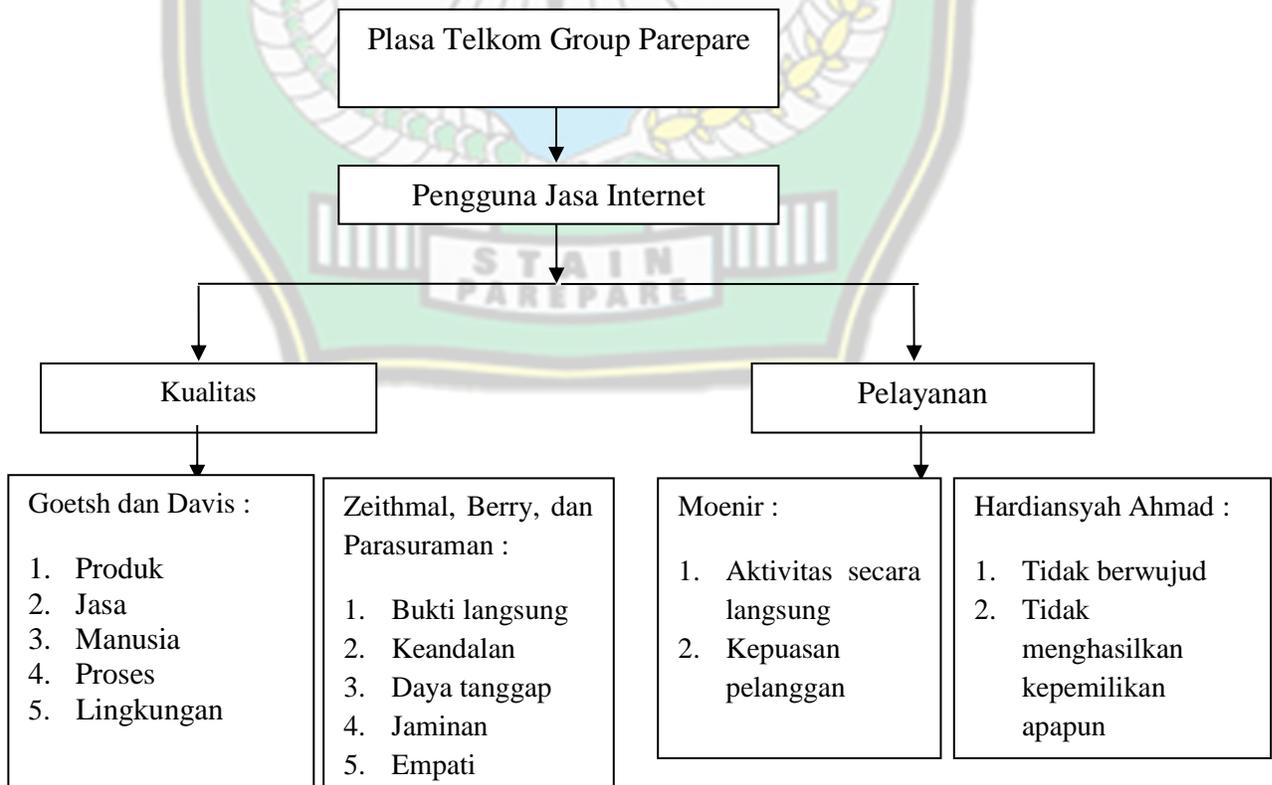
2.3.6 Etika Bisnis Islam

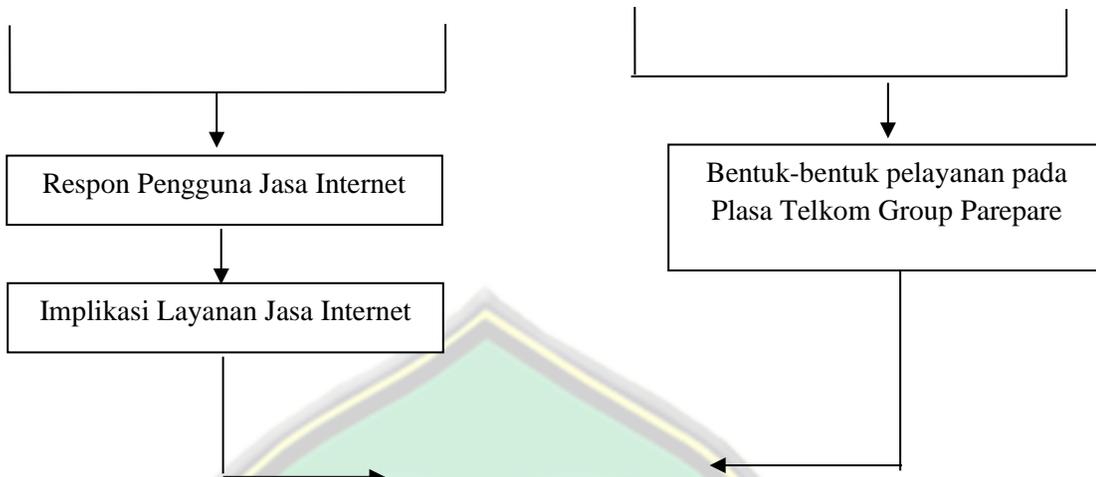
Menurut Muhammad, etika bisnis Islam merupakan suatu norma yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadist yang dijadikan pedoman untuk bertindak, bersikap, bertingkah laku serta membedakan antara mana yang baik dan mana yang buruk dalam melakukan aktivitas bisnis.⁴⁵ Menjalankan bisnis yang baik berdasarkan prinsip-prinsip etika bisnis islam sangat sangat penting dalam setiap orang yang melakukan aktivitas bisnis.

⁴⁵Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, h. 4.

2.4 Bagan Kerangka Pikir

Secara sederhana untuk mempermudah penelitian ini peneliti membuat bagan kerangka pikir sebagai berikut:



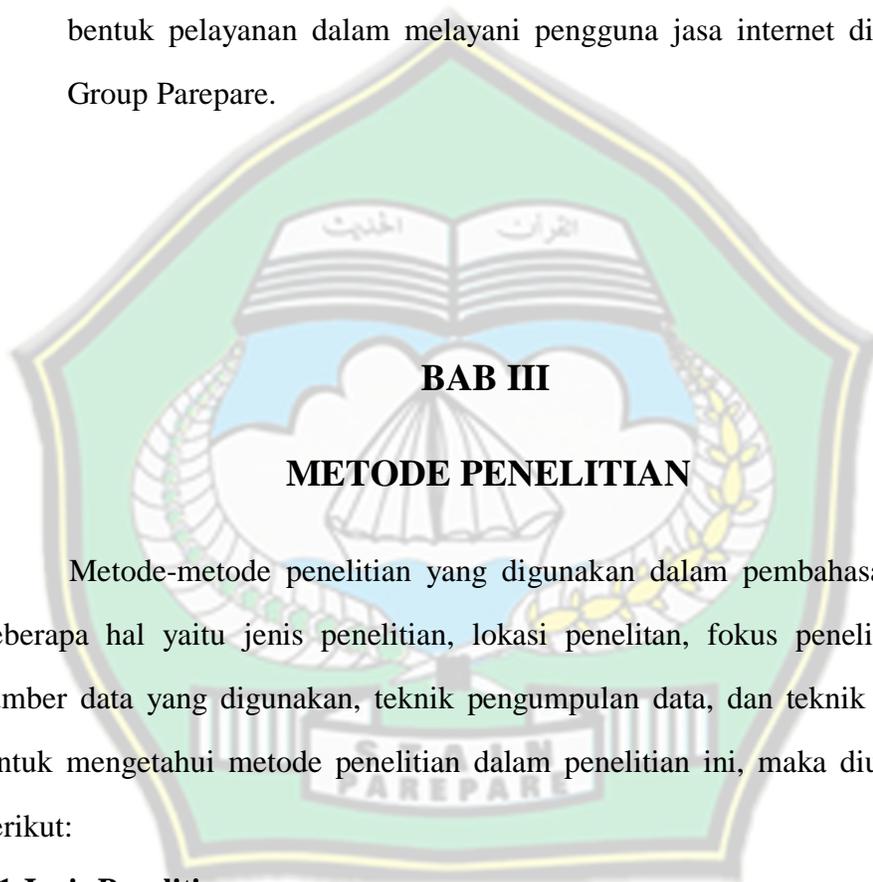


Adapun penjelasan mengenai bagan kerangka pikir tersebut adalah sebagai berikut:

- 2.4.1 Plasa Telkom Group adalah salah satu *channel* pelayanan yang disediakan Telkom untuk berinteraksi secara langsung antara Telkom dengan pengguna jasa internet atau calon pengguna jasa internet mengenai kebutuhan informasi tentang produk dan layanan Telkom yang akan dijelaskan oleh *Customer Service* di Plasa Telkom Group Parepare.
- 2.4.2 Pengguna jasa internet adalah seseorang yang menggunakan jasa yang pada umumnya jasa diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan, dimana interaksi antara pemberi jasa dan penerima jasa mempengaruhi hasil jasa tersebut. Pengguna jasa internet sebagai sasaran utama dalam menerima pelayanan dari Plasa Telkom Group Parepare, selanjutnya akan diteliti tentang bagaimana bentuk pelayanan pada Plasa Telkom Group Parepare, bagaimana respon pengguna jasa internet terhadap pelayanan pada Plasa Telkom Group

Parepare, serta bagaimana implikasi layanan jasa internet di Plasa Telkom Group Parepare.

- 2.4.3 Untuk hasil yang akan dijadikan sebagai kesimpulan adalah akan dianalisis dari perspektif etika bisnis Islam mengenai respon pengguna jasa internet dan implikasi layanan jasa internet yang dilihat dari segi kualitasnya,serta bentuk-bentuk pelayanan dalam melayani pengguna jasa internet di Plasa Telkom Group Parepare.



BAB III

METODE PENELITIAN

Metode-metode penelitian yang digunakan dalam pembahasan ini meliputi beberapa hal yaitu jenis penelitian, lokasi penelitian, fokus penelitian, jenis dan sumber data yang digunakan, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.⁴⁶ Untuk mengetahui metode penelitian dalam penelitian ini, maka diuraikan sebagai berikut:

3.1 Jenis Penelitian

Adapun jenis penelitian yang penulis gunakan adalah jenis penelitian, dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif deskriptif ialah studi yang mendiskripsikan atau menjabarkan situasi dalam bentuk transkrip dalam wawancara,

⁴⁶Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah (Makalah dan Skripsi)*, edisi revisi (Parepare: STAIN Parepare, 2013), h. 34.

dokumen tertulis, yang tidak dijelaskan melalui angka. Penelitian yang bersifat metode kualitatif adalah metode yang mengungkap berbagai keunikan yang terdapat dalam individu, kelompok, masyarakat atau organisasi dalam kehidupan sehari-hari secara menyeluruh dan dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah.⁴⁷ Peneliti menggunakan pendekatan ini karena beberapa pertimbangan yaitu pertama, menyesuaikan metode kualitatif lebih mudah apabila berhadapan dengan kenyataan-kenyataan, kedua, metode ini menyajikan secara langsung hakikat hubungan antara peneliti dan responden, dan ketiga, metode ini lebih peka dan lebih dapat menyesuaikan diri dengan banyak penajaman pengaruh bersama dan terhadap pola-pola nilai yang dihadapi.⁴⁸ Penelitian dengan pendekatan ini hanya menggambarkan tentang keadaan yang terjadi di lapangan atau di lokasi penelitian. Disamping itu, sebagai karya ilmiah tidak terlepas mengadakan penelitian kepustakaan dengan cara melalui buku yang relevan dengan masalah yang diangkat.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.2.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang akan dijadikan sebagai tempat pelaksanaan penelitian adalah pada Kantor Plasa Telkom Group Parepare.

3.2.2 Waktu Penelitian

Kegiatan penelitian ini dilakukan dalam waktu kurang lebih ± 1 bulan lamanya disesuaikan dengan kebutuhan penelitian.

3.3 Fokus Penelitian

⁴⁷Basrowi dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Rineka Cipta, 2008), h. 22.

⁴⁸Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), h. 5.

Fokus penelitian penulis dalam penelitian ini adalah difokuskan untuk Mengetahui Bagaimana Bentuk Pelayanan dalam Melayani Pengguna Jasa Internet, Respon Pengguna Jasa Internet, dan Implikasi layanan pada Plasa Telkom Group Parepare.

3.4 Jenis dan Sumber Data

Adapun yang menjadi sumber data penelitian ini ada dua, yaitu; data primer dan data skunder.

3.4.1 Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh peneliti dari orang pertama, dari sumber asalnya yang belum diolah dan diuraikan orang lain.⁴⁹ Dalam penelitian ini yang menjadi data primer adalah data yang diperoleh dari hasil Interview (wawancara), Pengamatan (observasi), dan Dokumentasi. Sumber data primer dalam penelitian ini terdiri dari:

3.4.1.1 Pihak Plasa Telkom Group Parepare dalam hal ini pihak dari *Costumer Service*, karyawan Telkom, dan kordinator pengamanan Plasa Telkom sebanyak 4 orang karyawan.

3.4.1.2 Pengguna jasa internet dalam hal ini pengguna jasa Indihome dan *Wifi Corner*. Dimana jumlah pengguna jasa internet Indihome sebanyak 4 orang

⁴⁹Hilmah Hadikusuma, *Metode Pembuatan Kertas Kerja Atau Skripsi Ilmu Hukum* (Bandung: Alfabeta, 1995), h. 65.

dan pengguna jasa *Wifi Corner* sebanyak 6 orang. Jadi jumlah keseluruhan yang dijadikan sampel ialah sebanyak 10 orang.

3.4.2 Data Sekunder

Sedangkan data sekunder yaitu data yang diperoleh dari dokumen-dokumen resmi, buku-buku yang berhubungan dengan objek penelitian, hasil penelitian dalam bentuk laporan, skripsi, peraturan perundang-undangan, dan lain-lain.⁵⁰ Data Sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung serta melalui media perantara (diperoleh atau dicatat oleh pihak lain). Dalam hal ini data sekunder diperoleh dari:

3.4.2.1 Kepustakaan (buku-buku, skripsi)

3.4.2.2 Internet (buku-buku, artikel, jurnal, dan skripsi,)

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama penelitian adalah mendapatkan data. Pada penelitian ini, peneliti terlibat langsung di lokasi penelitian atau dengan kata lain penelitian lapangan untuk mengadakan penelitian dan memperoleh data-data yang kongkrit yang ada hubungannya dengan penelitian ini. Adapun teknik yang digunakan dalam mengumpulkan data dalam penyusunan ini antara lain:

3.5.1 Teknik *Field Research*

Teknik *field research* dilakukan dengan cara peneliti terjun langsung kelapangan untuk mengadakan penelitian dan untuk memperoleh data-data kongkret berhubungan dengan pembahasan ini. Adapun teknik yang digunakan untuk

⁵⁰Zainuddin Ali, *Metode Penelitian Hukum* (Jakarta: Sinar Grafika, 2011), h. 106.

memperoleh data lapangan yang sesuai dengan data yang bersifat teknis, yakni sebagai berikut:

3.5.1.1 Observasi

Peneliti mengamati bentuk-bentuk pelayanan pada Plasa Telkom Group Parepare dalam melayani pengguna jasa internet, respon pengguna jasa internet terhadap pelayanan pada Plasa Telkom Group Parepare, dan Implikasi layanan jasa internet pada Plasa Telkom Group Parepare. Selanjutnya, akan dicatat data yang diperlukan dalam penelitian. Teknik ini dilakukan untuk meniadakan keragu-raguan peneliti pada data yang dikumpulkan karena diamati berdasarkan kondisi nyata lapangan.

3.5.1.2 Wawancara (*Interview*)

Penulis mengadakan wawancara yang bertujuan untuk mendapatkan informasi tentang pembahasan secara lisan antara narasumber dengan peneliti selaku pewawancara dengan cara tatap muka (*face to face*) mengenai bentuk-bentuk pelayanan Plasa Telkom Group Parepare, respon pengguna jasa internet, dan implikasi layanan jasa internet pada Plasa Telkom Group Parepare. Adapun informasinya terdiri dari karyawan Plasa Telkom Group Parepare dan pengguna jasa internet di Plasa Telkom Group Parepare.

3.5.1.3 Dokumentasi

Dokumentasi merupakan suatu cara pengumpulan data yang menghasilkan catatan-catatan penting yang berhubungan dengan masalah yang diteliti, sehingga akan diperoleh data yang lengkap, sah dan bukan berdasarkan perkiraan.⁵¹ Dalam hal

⁵¹Basrowi dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Rineka Cipta, 2008), h. 158.

ini, peneliti akan mengumpulkan dokumen-dokumen serta mengambil gambar kegiatan-kegiatan dan rekaman yang terkait dengan permasalahan pada penelitian ini.

3.6 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses pencandraan (*Description*) dan penyusunan transkrip serta material lain yang telah terkumpul. Maksudnya agar peneliti dapat menyempurnakan pemahaman terhadap data tersebut untuk kemudian menyajikannya kepada orang lain lebih jelas tentang apa yang telah ditemukan atau di dapatkan di lapangan.⁵² Analisis data nantinya akan menarik kesimpulan yang bersifat khusus atau berangkat dari kebenaran yang bersifat umum mengenai suatu fenomena dan menggeneralisasikan kebenaran tersebut pada suatu peristiwa atau data yang berindikasi sama dengan fenomena yang bersangkutan.⁵³ Adapun tahapan dalam menganalisis data yang dilakukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

3.6.1 Reduksi data (*data reduction*)

Dalam teknik reduksi data yang pertama kali dilakukan adalah memilih hal-hal pokok dan penting mengenai permasalahan dalam penelitian, kemudian membuang data yang dianggap tidak penting.

3.6.2 Penyajian data (*data display*)

Data diarahkan agar terorganisasi dan tersusun dalam pola hubungan, uraian naratif, seperti hasil wawancara dan hasil bacaan. Data yang diperoleh baik dari studi kepustakaan (data sekunder) maupun dari penelitian lapangan (data primer) akan

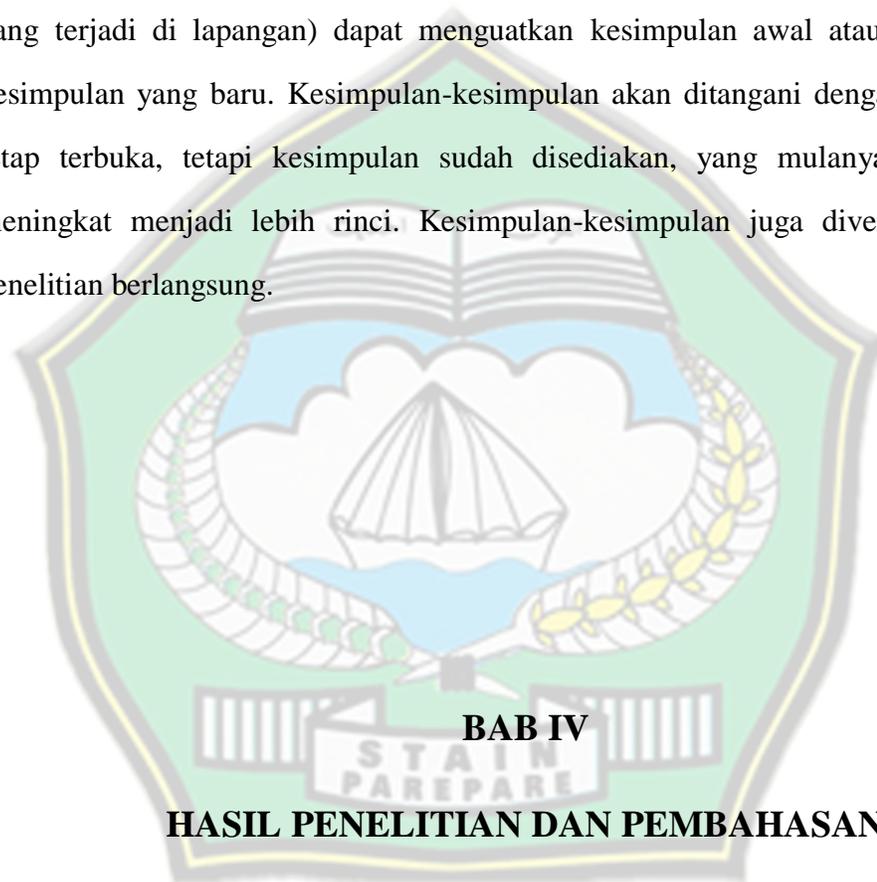
⁵²Sudarman Damin, *Menjadi Peneliti Kualitatif: Ancangan Metodologi, Presentasi, dan Publikasi Hasil Penelitian untuk Mahasiswa dan Peneliti Pemula Bidang Ilmu-ilmu Sosial, Pendidikan, dan Humaniora* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2012), h. 37.

⁵³Saifuddin Azwar, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2000), h. 40.

dianalisis secara deskriptif kualitatif dengan memaparkan analisis kualitas pelayanan jasa internet pada Plasa Telkom Group Parepare perspektif etika bisnis Islam.

3.6.3 Penarikan Kesimpulan (*conclution*) atau verifikasi

Pengumpulan data pada tahap awal (studi pustaka) menghasilkan kesimpulan sementara yang apabila dilakukan verifikasi (penemuan bukti-bukti atau fakta-fakta yang terjadi di lapangan) dapat menguatkan kesimpulan awal atau menghasilkan kesimpulan yang baru. Kesimpulan-kesimpulan akan ditangani dengan longgar dan tetap terbuka, tetapi kesimpulan sudah disediakan, yang mulanya belum jelas, meningkat menjadi lebih rinci. Kesimpulan-kesimpulan juga diverifikasi selama penelitian berlangsung.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Bentuk Pelayanan pada Plasa Telkom Group Parepare dalam Melayani Pengguna Jasa Internet

Pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Isitilah pelayanan berasal dari kata “layan” yang artinya menolong menyediakan segala apa yang diperlukan oleh orang lain untuk perbuatan melayani.

Pada dasarnya setiap manusia membutuhkan pelayanan, bahkan secara ekstrim dapat dikatakan bahwa pelayanan tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan manusia. Karena pelayanan adalah kunci keberhasilan dalam berbagai usaha atau kegiatan yang bersifat jasa.

Moenir, berpendapat Pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung.⁵⁴ Pelayanan yang baik adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan atau pengguna jasa internet dengan standar yang telah ditetapkan.

Plasa Telkom Group Parepare adalah salah satu bagian dari perusahaan PT. Telekomunikasi Indonesia atau biasa disebut dengan Telkom. Plasa Telkom merupakan salah satu *channel* pelayanan yang disediakan Telkom untuk berinteraksi secara langsung pada *Costumer Service* dengan pengguna jasa internet atau calon pengguna jasa internet mengenai kebutuhan informasi tentang produk dan layanan Telkom. Maka dari itu pihak Plasa Telkom Group memberikan berbagai macam bentuk dan layanan untuk pengguna jasa internetnya dengan tujuan agar pengguna jasa tersebut dapat dipenuhi keinginan dan harapannya sehingga muncul kepuasan pengguna jasa internet. Hal ini sebagaimana yang dipaparkan oleh salah satu karyawan yang ada di Kantor Plasa Telkom Group Parepare:

Bentuk pelayanan yang diberikan biasanya pelanggan datang langsung ke kantor dan dilayani secara langsung, bisa juga melalui *call center* dengan menghubungi 147, pengguna jasa internet bisa langsung mengecek tagihan pada aplikasi terbaru dari *my IndiHome* dan bisa melalui aplikasi facebook dan juga twitter @telkomcare, jadi semua bentuk pelayanannya melalui cara tersebut.⁵⁵

⁵⁴Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia* (Jakarta: Bumi Aksara, 2005), h. 47.

⁵⁵Dewi Mustika Sari, Karyawan Plasa Telkom Group Parepare, Sulsel, wawancara oleh penulis di Jl. Bau Masee No. 262 Parepare, Tanggal 05 Juni 2017.

Salah satu produk terbaru dari Telkom adalah *my indihome*, sistem kerja dari produk tersebut sangat bejalan dengan baik karena memiliki kelebihan yang bisa memuaskan para pengguna jasa internetnya. Karena Telkom ingin memberikan layanan yang berkualitas sehingga dapat menciptakan nilai kepuasan pengguna jasa internet. Hal ini sebagaimana yang dipaparkan oleh salah satu karyawan yang ada di Kantor Plasa Telkom Group Parepare:

Jadi ada tiga bentuk layanan yang dapat dinikmati oleh pengguna jasa internet khususnya IndiHome yaitu *voice* data atau telepon kemudian gambar dalam bentuk siaran televisi, dan yang ketiga paket internet.⁵⁶

Paket internet IndiHome Fiber merupakan salah satu layanan digital terdepan menggunakan teknologi fiber optik yang menawarkan layanan *Triple Play* yang terdiri dari internet rumah (*Fixed Broadband Internet*), telepon rumah (*Fixed Phone*) dan TV interaktif (*UseTV*).⁵⁷ Dimana Layanan internet pada paket IndiHome ini memiliki *speed* atau kecepatan internet dari 10 Mbps sampai 20 Mbps.⁵⁸ IndiHome sangat membantu pengguna jasa internet karena dapat memenuhi kebutuhan para pengguna jasa internetnya dalam mencari berbagai informasi yang mereka butuhkan.

4.1.1 Adapun layanan *Triple Play* dalam IndiHome antara lain:

4.1.1.1 Internet Fiber atau Internet Rumah (*Fixed Broadband Internet*)

Dimana layanan internet fiber ini merupakan layanan internet super cepat menggunakan fiber optik yang memiliki keunggulan cepat, stabil, handal dan

⁵⁶Yohanis, Karyawan Plasa Telkom Group Parepare, Sulsel, wawancara oleh penulis di Jl. Bau Massepe No. 262 Parepare, Tanggal 06 Juni 2017.

⁵⁷IndiHome Fiber, Internet Cepat, Internet Indonesia, Internet Rumah, Fixed Broadband, Internet Rumah Cepat. <https://indihome.co.id/>, Tanggal 14 Juni 2017.

⁵⁸Ibnu Caesar, <https://ibnucaesarblog.files.wordpress.com/2015/08/pengenalan-indihome.pdf>, Tanggal 15 Juni 2017.

canggih. Adapun keunggulan layanan internet kecepatan tinggi menggunakan teknologi fiber optik, antara lain:

4.1.1.2 Cepat

Jaringan fiber optik mampu mentransfer data hingga 100 Mbps, jauh lebih cepat dibandingkan jaringan kabel koaksial atau kabel tembaga.

4.1.1.3 Stabil

Jaringan fiber optik jauh lebih stabil dibandingkan jaringan kabel koaksial atau kabel tembaga pada saat dilakukan akses internet secara bersamaan.

4.1.1.4 Andal

Kabel fiber optik lebih tahan dalam kondisi cuaca apapun seperti serangan petir dan gangguan elektromagnetik dibandingkan kabel koaksial atau kabel tembaga.

4.1.1.5 Canggih

Teknologi fiber optik merupakan teknologi penghantaran data tercanggih dan terbaru yang digunakan dalam layanan *fixed broadband*.

4.1.2 Telepon Rumah (*Fixed Phone*)

Layanan IndiHome paket telepon rumah adalah komunikasi telepon dengan keunggulan biaya telepon lebih murah dan kualitas suara yang jernih. Paket IndiHome Fiber menawarkan gratis menelepon 1000 menit atau setara dengan 17 jam per bulan yang bisa digunakan baik untuk lokal maupun interlokal secara leluasa. Selain gratis menelepon 1000 menit, IndiHome Fiber juga memiliki layanan telepon tambahan lainnya, yaitu telepon mania dan global *call*. Adapun pengertian dan paket dari telepon mania dan global *call*, antara lain:

4.1.2.1 Telepon Mania

Pelanggan baru ataupun pelanggan lama IndiHome Fiber bisa menikmati nelpon sepuasnya ke semua nomor Telkomsel. Dengan keuntungan jangkauan yang luas dan pakatnya yang ekonomis.

4.1.2.2 Global Call

Nelpon ke luar negeri lebih leluasa dengan Global Call. Layanan Global Call yang praktis, ekonomis, mudah dan memiliki jangkauan yang luas. Selain itu, juga bisa memilih berbagai paket Global Call hingga ke 10 negara pilihan.

4.1.3 TV Interaktif (*UseeTV*)

UseeTV (TV Interaktif) merupakan layanan TV interaktif pertama di Indonesia. Selain memberikan tayangan yang berkualitas, UseeTV juga memberikan berbagai macam fitur yang tidak ada di penyedia layanan lainnya, seperti *Pause and Rewind*, *Video on Demand*, *Video Recording* dan lainnya, serta bebas memilih channel premium pilihan.

Pada dasarnya tujuan IndiHome ini sangat bermanfaat bagi pengguna jasa internet selain mendapatkan manfaat dari IndiHome sendiri, selain itu dapat juga memudahkan pengguna jasa internetnya. Berbicara mengenai IndiHome yakni dari produk Plasa Telkom Group Parepare ada beberapa produk baik produk yang dulu maupun produk yang sekarang. Hal ini sebagaimana yang dipaparkan oleh pegawai di Kantor Plasa Telkom Group Parepare sebagai berikut:

Produk internet yang dulu ada Flexi dan speedy, namun yang sekarang ini ada IndiHome produk terbaru dari Telkom, pelanggan speedy masih ada tetapi pada saat pemasangan untuk pengguna jasa internet baru itu sudah tidak bisa lagi kecuali dari speedy ke IndiHome bisa.⁵⁹

⁵⁹Ferianti. T, Karyawan Plasa Telkom Group Parepare, Sulsel, wawancara oleh penulis di Jl. Bau Massees No. 262 Parepare, Tanggal 06 Juni 2017.

Internet merupakan salah satu paket yang disediakan pada IndiHome *Triple Play*. Layanan internet pada paket IndiHome ini memiliki *speed* atau kecepatan internet dari 10 Mbps sampai 20 Mbps. Layanan internet yang diberikan oleh PT.Telkom ini sangat memuaskan pelanggan yang menggunakannya. Adapun biaya aktifasi paket IndiHome sebesar Rp. 82.500,- kemudian biaya pebulannya hanya membayar Rp. 537.000,-, dengan memenuhi persyaratan berkas yaitu mengisi formulir pendaftaran IndiHome, KTP. Hal ini sebagaimana yang dipaparkan oleh pengguna jasa internet IndiHome pada Kantor Plasa Telkom Group Parepare sebagai berikut:

Saya sendiri menggunakan IndiHome, awalnya mengisi formulir dan KTP, terus biasa juga jaringan putus karena hujan dan angin kencang, tapi pihak teknis bagian perbaikan langsung datang untuk memperbaiki jaringan tersebut, sejauh ini bentuk pelayanannya bagus.⁶⁰

Jaringan IndiHome lancar dan pelayanannya bagus paling kalau persyaratan cuman isi formulir beserta KTP diserahkan.⁶¹

Beberapa bentuk pelayanan Plasa Telkom Group Parepare yang diberikan kepada setiap pengguna jasa internetnya beserta prosedur yang diterapkan mengenai pelayanan pengguna jasa internet, antara lain:

- 4.1.3.1 Adanya standar pelayanan ketika pengguna jasa internet masuk akan disambut mulai dari depan sampai ke dalam.
- 4.1.3.2 Melayani melalui *call center*, *facebook*, *twitter*, di @telkomcare.
- 4.1.3.3 Menyapa pengguna jasa internet.
- 4.1.3.4 Menanyakan apa saja keluhan pengguna jasa internet.

⁶⁰Hj. Nursiah, Pengguna Jasa Internet Plasa Telkom Group Parepare, Sulsel, wawancara oleh penulis di Jl. Bau Massei No. 262 Parepare, Tanggal 07 Juni 2017.

⁶¹Ayu, Pengguna Jasa Internet Plasa Telkom Group Parepare, Sulsel, wawancara oleh penulis di Jl. Bau Massei No. 262 Parepare, Tanggal 07 Juni 2017.

4.1.3.5 Berempati dan memberikan solusi mengenai keluhan dari pengguna jasa tersebut.

4.1.3.6 Menawarkan produk-produk lain yang masih dalam Telkom Group.

4.1.3.7 Menindaklanjuti masalah gangguan internet, seperti gangguan internet karena faktor alam.

4.1.3.8 Memperkenalkan bagaimana metode pembayaran pada pengguna jasa internet.

Dari bentuk-bentuk pelayanan tersebut telah berhasil dijalankan dengan baik oleh PT. Telekomunikasi Indonesia khususnya bagian pelayanan pada Plasa Telkom Group Parepare. Dimana dalam melayani pengguna jasa internet sudah sesuai dengan peraturan yang telah berlaku, memberikan respon yang baik untuk pengguna jasa internetnya baik di luar kantor maupun di dalam kantor. Jika dikaitkan dengan etika bisnis Islam yakni, pada prinsip kesatuan. Kesatuan itu sendiri mencerminkan sikap akidah dengan senantiasa memberikan senyuman yang hangat dalam menyambut maupun mengantar pengguna jasa internet, menyapa dengan ramah dan menunjukkan sikap kesopansantunan.

Dari hal tersebut pihak Plasa Telkom telah memberikan layanan yang membuat pengguna jasa internetnya merasa diistimewakan dengan tujuan agar pengguna jasa internet tetap loyal dan mendapat kepuasan yang tinggi. Salah satu bentuk pelayanan yang diberikan untuk pengguna jasa internet adalah dengan memasukkan pendapat mereka pada kotak *feedback* dimana kotak tersebut merupakan kotak untuk para pengguna jasa internetnya agar memberikan nilai seberapa besar tingkat kepuasan mereka. Hal ini sebagaimana yang telah dipaparkan oleh salah satu karyawan di Plasa Telkom Group Parepare:

Kita untuk pengukuran kepuasan pelanggan itu melalui *feedback*, kalau pelanggan kasi hijau berarti pelanggan puas, kalau kasi yang merah berarti kurang puas.⁶²

Salah satu ciri pelayanan yang baik adalah menerapkan pelayanan prima (*Excellent Service*) agar menunjukkan kepeduliannya kepada setiap pengguna jasa internet dengan cara memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan untuk mewujudkan kepuasan pengguna jasa internetnya, sehingga selalu loyal kepada perusahaan.⁶³ Karena upaya penyempurnaan kualitas layanan berdampak signifikan terhadap budaya organisasi secara keseluruhan.⁶⁴ Pelayanan prima tersebut terdiri dari enam unsur pokok, antara lain:

- 4.1.3.8.1 Kemampuan (*Ability*)
- 4.1.3.8.2 Sikap (*Attitude*)
- 4.1.3.8.3 Penampilan (*Appearance*)
- 4.1.3.8.4 Perhatian (*Attention*)
- 4.1.3.8.5 Tindakan (*Action*)
- 4.1.3.8.6 Tanggung jawab (*Accounttability*)

Pengguna jasa internet pada Plasa Telkom Group sebagian besar sudah puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Plasa Telkom Group Parepare. Meskipun terdapat berbagai macam keluhan-keluhan dari para pengguna jasa internet, pihak Plasa Telkom akan selalu memberikan pelayanannya sebaik-baik mungkin. Hal ini sebagaimana yang telah dipaparkan oleh salah satu karyawan di Plasa Telkom Group Parepare:

⁶²Dewi Mustika Sari, Karyawan Plasa Telkom Group Parepare, Sulsel, wawancara oleh penulis di Jl. Bau Massee No. 262 Parepare, Tanggal 05 Juni 2017.

⁶³Pelayanan prima (*Excellent Service*) adalah suatu pelayanan yang terbaik dalam memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan/pengguna jasa internet yang memenuhi standar kaulitas.

⁶⁴Fandy Tjiptono, *Service Management Mewujudkan Layanan Prima, edisi 2* (Yogyakarta: Andi Offset, 2012), h. 182.

Biasanya faktor yang mempengaruhi pelayanan sering terjadi yaitu gangguan alam seperti hujan, angin kencang, sehingga mengakibatkan munculnya keluhan para pengguna jasa internet.⁶⁵

Salah satu faktor utama dalam setiap bisnis khususnya bisnis pada pelayanan jasa internet, keluhan-keluhan para pengguna jasa internet akan selalu bermunculan, diakibatkan berbagai macam faktor yang membuat tingkat kepuasan pengguna jasa internet menjadi menurun, PT. Telkom bagian pelayanan yaitu Plasa Telkom tidak henti-hentinya selalu memberikan yang terbaik mengenai bentuk layanannya. Agar dapat memenuhi keinginan dan harapan para pengguna jasa internet.

Memberikan pelayanan terbaik kepada umat manusia adalah pekerjaan yang sangat mulia dan merupakan pintu kebaikan bagi siapa saja yang mau melakukannya. Dan sekarang tiba saatnya bagi kita untuk menelaah “sebagian kecil” ayat al-Qur’an dan hadits-hadits yang mendorong umat manusia untuk memberikan pelayanan terbaik kepada sesama. Akan tetapi Islam meletakkan batasan yang difirmankan oleh Allah dalam Qs. Al-Maidah/5:2.

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى
الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ
﴿المائدة : ٢﴾

Terjemahnya:

Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebaikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya.

Melalui ayat diatas Allah memerintahkan kepada kita untuk saling menolong “mengerjakan kebajikan dan takwa” dan Allah melarang sebaliknya. Jika kita melanggar ketentuan Allah maka hukuman akan diberikan dan “Sesungguhnya Allah

⁶⁵Muh. Syafar, Karyawan Plasa Telkom Group Parepare, Sulsel, wawancara oleh penulis di Jl. Bau Masee No. 262 Parepare, Tanggal 05 Juni 2017.

amat berat siksa-Nya”. Maka dari itu berperilaku yang benar karena perilaku yang baik sangatlah dihargai sebagai suatu investasi bisnis yang benar-benar menguntungkan. Karena hal itu akan menjamin adanya kedamaian di dunia dan juga kesuksesan di akhirat.⁶⁶

Al-Qur’an memerintahkan pada orang-orang yang beriman untuk menjaga amanah mereka dan menjaga janjinya, memerintahkan mereka untuk adil dan moderat dalam perilaku mereka terhadap Allah, begitu juga terhadap sesama manusia. Menjaga dan menepati hal tersebut dan perintah-perintah yang lain adalah tuntutan untuk sebuah perilaku yang baik.⁶⁷

Apabila semakin baik pelayanan yang diberikan oleh perusahaan Telkom khususnya pada Plasa Telkom Group Parepare, maka makin banyak pula pengguna jasa internetnya yang merasa puas dan pengguna jasa internet tersebut tidak akan beralih pada perusahaan lain. Kualitas pelayanan sangat penting bagi kelancaran dan kesuksesan PT. Telkom, karena itu pelayanan yang baik harus menjadi nomor satu untuk perusahaan dan di mata para pengguna jasa internet.

4.2 Respon Pengguna Jasa Internet Terhadap Pelayanan pada Plasa Telkom Group Parepare

PT. Telkom Indonesia selalu mencoba memberikan pelayanan yang terbaik dan berkualitas untuk memudahkan dan memanjakan pengguna jasa internetnya sehingga pengguna jasa internet merasa terpuaskan dalam menikmati layanan tersebut. Selain produk layanan IndiHome yang semakin banyak peminatnya, Telkom berusaha menciptakan dan menghadirkan layanan yang dapat dinikmati langsung oleh pengguna jasa internet dapat dengan mudah menggunakan fasilitas internet

⁶⁶Mustaq Ahmad, *Etika Bisnis dalam Islam* (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2003), h. 42.

⁶⁷Mustaq Ahmad, *Etika Bisnis dalam Islam*, h. 43.

adalah dengan membuka fasilitas yang diberi nama “*Wifi Corner*” di berbagai titik di Indonesia. Hal ini sebagaimana yang dipaparkan oleh karyawan di Kantor Plasa Telkom Group Parepare sebagai berikut:

Produk Telkom untuk saat ini adalah IndiHome karena IndiHome adalah komplit, di dalam IndiHome ada tiga paket namanya *Triple Play*, ada internet, telepon, usetv, ada juga wifi namun wifi disini sama saja dengan IndiHome yaitu bagian dari paket internet. jadi IndiHome ini sangat memudahkan bagi pengguna jasa internetnya. Selain itu Telkom juga menyediakan WICO atau *Wifi Corner* untuk pengguna jasa internet luar kantor.⁶⁸

Selain itu dari beberapa produk Telkom. Perusahaan Telkom menghadirkan tempat khusus internet atau biasa disebut Wico (*Wifi Corner*) yang bebas internetan kapan pun dengan kecepatan *up to* 100 Mbps dengan layanan 24 jam, cukup membeli *voucher* dengan harga Rp 6000,- dengan waktu selama 6 jam perorang, jadi langsung daftarkan dan bisa langsung menikmati internet tersebut. *Wifi Corner* merupakan lokasi akses internet yang disiapkan Telkom untuk bisa dipakai oleh masyarakat umum pengguna internet. Tujuan *Wifi Corner* untuk mencerdaskan kehidupan bangsa yang nantinya bisa menghadapi dunia yang berbasis digital dan internet. Sejalan dengan itu, untuk mempercepat membangun masyarakat Internet *Society*, Telkom menyediakan 100 titik lokasi *Wifi Corner* (Wico) termasuk di Plasa Telkom Group Parepare.⁶⁹

Wifi Corner memang sangat memudahkan dan membantu para pengguna jasa internet dalam memecahkan masalah baik masalah tugas ataupun yang lainnya. Hal ini sebagaimana yang dikatakan oleh pengguna jasa internet *Wifi Corner* sebagai berikut:

⁶⁸Muh. Syafar, Karyawan Plasa Telkom Group Parepare, Sulsel, wawancara oleh penulis di Jl. Bau Masee No. 262 Parepare, Tanggal 05 Juni 2017.

⁶⁹Budi Prasetyo, *Telkom Sediakan 100 Wifi Corner*, <http://www.tribunnews.com/regional/2014/09/11/telkom-sediakan-100-wifi-corner>, Tanggal 15 Juni 2017.

Saya pribadi sudah dua kali datang ke Plasa Telkom dengan tujuan mengerjakan tugas, karena berhubung jaringan internetnya cepat namun terkadang kadang lambat tapi saya lebih suka disini Plasa Telkom, dan kalau saya membandingkan warnet dengan *Wifi Corner* saya lebih memilih *Wifi Corner*, selain cepat harganya juga murah hanya satu *voucher* dan satu laptop perorang cukup bayar Rp. 6000,- sudah dapat 6 jam internetan. Jadi sejauh ini pelayanannya memuaskan.⁷⁰

Jaringannya lancar paling saya kesini hanya kerja tugas saja sambil menikmati layanan internetnya. Lokasi lumayan bagus dan pelayanannya juga cukup puas.⁷¹

Saya sudah dua kali datang di Plasa Telkom untuk menikmati wifi, meski jaringan lancar namun terkadang lambat kalau saya *download* film, dalam jangka 6 jam jaringan lancar antara 2 atau 3 jam dan saya berharap jaringannya lebih baik lagi dan lancar lagi. Tapi pelayanan di Plasa lumayan puas.⁷²

Saya datang tiga kali untuk menggunakan fasilitas Wico, itu juga saya direkomendasikan oleh teman saya untuk datang ke Plasa Telkom, awalnya saya menggunakan jaringan sangat lancar namun pada saat 1 jam jaringan agak loading, tapi menurut saya pelayanannya memuaskan.⁷³

Minimal jaringan baik dalam 3 jam, kemudian lokasi Wiconya pun cukup nyaman, menurut saya pelayanannya biasa saja, tapi saya berharap sarana dan prasarana dapat ditngkatkan lebih baik lagi agar pengguna jasa internet menikmati fasilitas *Wifi Corner* dengan baik.⁷⁴

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat dikatakan bahwa pelayanan di Plasa Telkom Group Parepare memuaskan bagi pengguna jasa internetnya. Meskipun pada dasarnya sebagian dari pengguna jasa internet masih ada keluhan dan kekurangan dalam kualitas layanan *Wifi Corner*. Tetapi sejauh ini pelayanannya sudah memuaskan. Selain itu, pihak Plasa Telkom tidak berbuat diskriminasi atau

⁷⁰Andi Nuralisa, Pengguna Jasa Internet Plasa Telkom Group Parepare, Sulsel, wawancara oleh penulis di Jl. Bau Masee No. 262 Parepare, Tanggal 05 Juni 2017.

⁷¹Nurhapisa, Pengguna Jasa Internet Plasa Telkom Group Parepare, Sulsel, wawancara oleh penulis di Jl. Bau Masee No. 262 Parepare, Tanggal 05 Juni 2017.

⁷²Sri Herany Ansyar, Pengguna Jasa Internet Plasa Telkom Group Parepare, Sulsel, wawancara oleh penulis di Jl. Bau Masee No. 262 Parepare, Tanggal 06 Juni 2017.

⁷³Muhammad Al-Furqon, Pengguna Jasa Internet Plasa Telkom Group Parepare, Sulsel, wawancara oleh penulis di Jl. Bau Masee No. 262 Parepare, Tanggal 06 Juni 2017.

⁷⁴Ihsan, Pengguna Jasa Internet Plasa Telkom Group Parepare, Sulsel, wawancara oleh penulis di Jl. Bau Masee No. 262 Parepare, Tanggal 06 Juni 2017.

membeda-bedakan dengan memberikan pelayanan yang tidak adil terhadap pengguna jasa internet tertentu. Apabila dikaitkan dengan etika bisnis Islam, maka respon pengguna jasa internet terhadap pelayanannya sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam yakni, prinsip keseimbangan, karena tujuan adanya WICO atau *Wifi Corner* ini memiliki manfaat sangat besar bagi pengguna jasa internet. Selama adanya WICO dapat membantu dan mempermudah pengguna jasa internet dalam mencari informasi atau mengerjakan tugas.

Berdasarkan apa yang telah dijelaskan mengenai tujuan *Wifi Corner* sangatlah berpengaruh baik pada pengguna jasa internet. Bisnis-bisnis yang benar-benar sukses menurut pandangan Al-Quran adalah bisnis yang membawa keuntungan pada pelakunya dalam dua fase kehidupan manusia yang fana dan terbatas (yakni dunia dan yang abadi serta tak terbatas, yaitu akhirat. Manusia harus bekerja bukan hanya untuk meraih sukses di dunia ini namun juga untuk kesuksesan di akhirat. Semua kerja seseorang akan mengalami efek yang demikian besar pada diri seseorang, baik efek positif maupun negatif.

Pembahasan tentang etika bisnis harus dimulai dengan menyediakan kerangka prinsip-prinsip dasar pemahaman tentang apa yang dimaksud dengan istilah baik dan benar, hanya dengan cara itu seseorang dapat membahas implikasi-implikasi terhadap dunia bisnis. Karena etika bisnis sebagai seperangkat prinsip dan norma dimana para pelaku bisnis harus komit padanya dalam bertransaksi, berperilaku, dan berelasi guna mencapai tujuan-tujuan bisnis dengan selamat.⁷⁵ Bisnis dalam Islam mengenai suatu perdagangan yang sehat tanpa adanya kecurangan antar kedua belah pihak sangat

⁷⁵Faisal Badroen., *Etika Bisnis Dalam Islam* (Jakarta: Kencana, 2007), h. 34.

penting untuk menunjang keberhasilan dalam suatu perusahaan khususnya PT.Telkom. Apabila dikaitkan dengan prinsip-prinsip perdagangan Rasulullah. Saw yaitu dimana mengutamakan prinsip keadilan dan kejujuran sebagaimana yang telah dijelaskan di dalam Al-Qur'an "*tidak menzalimi dan tidak pula dizalimi*" (QS. Al-Baqarah (2): 279).⁷⁶

Adapun prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang harus dijalankan para perbisnis muslim dalam menjalankan bisnisnya sebagai berikut.⁷⁷:

4.2.1 Kesatuan (*Unity*)

Kesatuan sebagaimana terefleksikan dalam konsep tauhid yang memadukan keseluruhan aspek-aspek kehidupan muslim baik dalam bidang ekonomi, politik, sosial menjadi keseluruhan yang homogen, serta mementingkan konsep konsistensi dan keteraturan yang menyeluruh.

Dari konsep ini maka islam menawarkan keterpaduan agama, ekonomi, dan sosial demi membentuk kesatuan. Atas dasar pandangan ini pula maka etika dan bisnis menjadi terpadu, vertikal maupun horisontal, membentuk suatu persamaan yang sangat penting dalam sistem Islam.

Tauhid juga dapat diartikan sebagai iman, akidah, dan tanggung jawab terhadap amanah. Ketiga makna tersebut, dalam konteks ekonomi memberikan suatu kesadaran pembahasan terhadap para pelaku ekonomi dari ketundukan dan kecenderungan yang berlebihan terhadap materi, dan membentuk pemikiran yang bertanggung jawab dalam mengelola aset-aset ekonomi sesuai dengan aturan-aturan

⁷⁶Jusmaliani, *Bisnis Berbasis Syariah* (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), h. 54.

⁷⁷*Prinsip-prinsip Dasar dalam Etika Bisnis Islam*, <http://zonaekis.com/prinsip-prinsip-dasar-dalam-etika-bisnis-islam/> (2 Agustus 2017).

syariah. Dalam hal ini dimiliki oleh para karyawan Plasa Telkom Group Parepare, dalam melayani pengguna jasa internetnya menunjukkan sikap akidah..

Sikap akidah dengan senantiasa memberikan senyuman yang hangat dalam menyambut maupun mengantar pengguna jasa internet, menyapa dengan ramah dan menunjukkan sikap kesopansantunan. Apabila dikaitkan dengan etika bisnis Islam sudah sesuai dengan prinsip kesatuan karena, pihak Plasa Telkom Group Parepare mampu menunjukkan sikap tauhid kepada pengguna jasa internet dengan kata lain memberikan kepuasan kepada pengguna jasa internet sehingga Plasa Telkom Group Parepare dapat diterima di masyarakat. Dengan memberikan pelayanan yang menunjukkan kesopanan dan kelembutan akan menjadi jaminan aman bagi pelanggan dan berdampak pada kesuksesan perusahaan.

4.2.2 Keseimbangan (*Equilibrium*/adil)

Dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali pada pihak yang tidak disukai. Keseimbangan adalah keadilan atau kesetaraan. Prinsip ini menuntut agar setiap orang diperlakukan secara sama sesuai dengan aturan adil dan sesuai dengan kriteria yang rasional objektif, serta dapat dipertanggungjawabkan. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam Surat Al-Maidah/5:8.

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا كُوْنُوْا قَوّٰمِيْنَ لِلّٰهِ شُهَدَآءَ بِالْقِسْطِ ۗ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلٰٓى اَلَّا تَعْدِلُوْا ۗ اَعْدِلُوْا هُوَ اَقْرَبُ لِلتَّقْوٰى

Terjemahnya :

Wahai orang-orang Yang beriman, hendaklah kamu semua sentiasa menjadi orang-orang Yang menegakkan keadilan kerana Allah, lagi menerangkan kebenaran; dan jangan sekali-kali kebencian kamu terhadap sesuatu kaum itu mendorong kamu

kepada tidak melakukan keadilan. hendaklah kamu berlaku adil (kepada sesiapa jua) kerana sikap adil itu lebih hampir kepada taqwa.⁷⁸

Dari ayat yang telah dijelaskan diatas bahwa dalam melakukan suatu perbuatan yang baik itu adalah dengan berbuat adil serta adanya keseimbangan dalam setiap aspek kehidupan, karena Allah lebih menyukai orang-orang yang berbuat adil dan memperlakukan setiap orang dengan sama, tanpa melakukan perbuatan yang diskriminatif atau perbuatan yang membeda-bedakan dari satu pihak ke pihak lainnya.

Menciptakan suatu pelayanan yang baik adalah kunci utama bagi setiap perusahaan Plasa Telkom Group Parepare. Di dalam pelayanan tersebut merupakan ciri keseimbangan yang baik. Konsep keseimbangan atau adil ini tidak jauh dari konsep kesatuan dimana saling menunjukkan sikap akidah. Apabila dikaitkan dengan etika bisnis Islam pelayanan yang diberikan untuk pengguna jasa internetnya sudah sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam yakni, prinsip keseimbangan, karena pihak Plasa Telkom itu sendiri selalu melayani pengguna jasa internetnya dengan ramah dan baik.

Respon dari pihak Plasa Telkom dan respon dari pengguna jasa internet sangat baik dan Pelayanan Plasa Telkom sudah berjalan dengan semestinya, dikarenakan pihak Plasa Telkom tidak berbuat diskriminasi atau membeda-bedakan dengan memberikan pelayanan yang tidak adil terhadap pengguna jasa internet tertentu. Pelayanan yang diberikan antar pengguna jasa internet satu dan pengguna jasa internet lainnya semuanya sama, jadi konsep keadilan tersebut sudah bisa dikatakan sesuai dengan etika bisnis islam.

⁷⁸Departemen Agama RI, *Al-qur'an dan Terjemahnya dengan Transliterasi Arab* (Semarang: PT. Karya Toha Putra Semarang, 1998), h. 144

4.2.3 Kehendak Bebas (*Free Will*)

Konsep kehendak bebas merupakan kebebasan yang diberikan kepada manusia untuk melakukan sesuai apa yang diinginkan tanpa adanya paksaan, akan tetapi manusia yang baik akan menggunakan kebebasan tersebut dalam rangka tauhid dan keseimbangan.⁷⁹

Konsep kehendak bebas berkedudukan sama dengan konsep kesatuan dan keseimbangan. Setiap hal yang dilakukan di dunia kita harus tunduk dengan aturan-aturan yang ditetapkan oleh Allah. SWT demi kehidupan pribadi dan kehidupan sosial, agar tidak terjadi konflik dalam diri sendiri dan orang lain.

Pelayanan di Plasa Telkom Group Parepare memberikan hak dan kewajiban bagi setiap pengguna jasa internetnya, ada aturan-aturan yang harus dipenuhi dan dijalankan oleh setiap pengguna jasa internet. Namun pihak dari Plasa Telkom juga menerima apabila ada keluhan-keluhan dari pengguna jasa internetnya. Jadi adanya suatu kebebasan dari pengguna jasa internet dalam menyampaikan keluhan mereka maka Plasa Telkom memberikan hak tersebut. Selain itu, Plasa Telkom Group Parepare tentunya, dalam pelayanan memberikan kebebasan kepada pengguna jasa internet, yaitu ketika karyawan melakukan persentase atau promosi produk, pengguna jasa internet diberikan kebebasan untuk bertanya hal-hal yang belum dimengerti. Dalam hal ini, nilai etika bisnis Islam berupa kehendak bebas (*free will*) mampu memberikan kenyamanan berupa kebebasan kepada pengguna jasa internet untuk menentukan apa yang diinginkan tanpa adanya tekanan dari pihak lain.

4.2.4 Bertanggungjawab

⁷⁹Sofyan S. Harahap, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam* (Jakarta: Salemba Empat, 2011), h. 78.

Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang mustahil dilakukan oleh manusia karena tidak menuntut adanya pertanggungjawaban. Untuk memenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan, manusia perlu mempertanggungjawabkan tindakannya. Secara logis prinsip ini berhubungan erat dengan kehendak bebas, menetapkan batasan mengenai apa yang bebas dilakukan oleh manusia dengan bertanggungjawab atas semua yang dilakukannya.

PT. Telkom adalah salah satu perusahaan yang sangat besar, begitu juga dengan tanggung jawabnya yang harus dijalankan khususnya pada Plasa Telkom Group Parepare yaitu salah satunya memberikan kualitas pelayanan yang baik dan menjalankan peraturan serta kebijakan yang telah ditetapkan, dimana Telkom sudah menciptakan berbagai macam produk yang mampu membuat pengguna jasa internetnya merasa sangat puas. Selain itu, pihak Plasa Telkom juga memperhatikan kenyamanan dan keamanan pengguna jasa internetnya karena, telah memblok situs-situs atau konten-konten yang tidak semestinya lagi dibuka oleh pengguna jasa internet. Jadi prinsip tanggung jawab akan hal tersebut sudah sesuai karena mengandalkan kualitas pelayanan yang bagus.

4.2.5 Kebenaran: kebajikan dan kejujuran

Kebenaran dalam konteks ini selain mengandung makna kebenaran lawan dari kesalahan, mengandung pula dua unsur yaitu kebajikan dan kejujuran. Dalam konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku benar yang meliputi proses akad (transaksi) proses mencari atau memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan keuntungan. Sedangkan kebajikan adalah sikap ihsan yang merupakan tindakan yang dapat memberi keuntungan terhadap orang lain. Dengan prinsip kebenaran ini maka etika bisnis

Islam sangat menjaga dan berlaku preventif (mencegah) agar tidak terjadi apa-apa terhadap kemungkinan adanya kerugian salah satu pihak yang melakukan transaksi, kerjasama atau perjanjian dalam bisnis.⁸⁰

Kejujuran dan kebenaran merupakan nilai yang terpenting. Ketidakjujuran adalah bentuk kecurangan. Penggunaan dan pengambilan barang melebihi batas imbalan yang ditetapkan maka itu dianggap sebagai ketidakjujuran dan pencurian, yang keduanya dilarang dalam Islam.⁸¹ Allah SWT berfirman dalam Q.S. Al-Anfaal/8: 27 berikut:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَخُوْنُوْا اللّٰهَ وَالرَّسُوْلَ وَتَخُوْنُوْا اٰمَنَاتِكُمْ وَاَنْتُمْ
تَعْلَمُوْنَ

Terjemahnya:

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan rasul (Muhammad) dan (juga) janganlah kamu mengkhianati amanat-amanat yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu mengetahui.⁸²

Suatu pelayanan yang bergerak dalam bidang jasa sangat mementingkan sikap dan perilaku yang benar dan jujur. Meskipun Plasa Telkom sudah berjalan dengan baik dan memberikan pelayanannya dengan baik. Tidak menutup kemungkinan sebagian dari pengguna jasa internetnya ada yang mengalami keluhan pada sistem pembayaran yang tidak sesuai dengan perjanjian awal kesepakatan. Hal ini

⁸⁰Komoditas adalah sesuatu benda nyata yang relatif mudah diperdagangkan, dapat diserahkan secara fisik, dapat disimpan untuk suatu jangka waktu tertentu dan dapat dipertukarkan dengan produk lainnya dengan jenis yang sama yang biasanya dapat dibeli atau dijual oleh investor melalui bursa berjangka.

⁸¹Mustaq Ahmad, *Etika Bisnis dalam Islam*, h. 138.

⁸²Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya dengan Transliterasi Arab*, h. 343.

sebagaimana yang dipaparkan oleh salah satu pengguna jasa internet IndiHome yang ada di Kantor Plasa Telkom Group Parepare:

Awal kesepakatan saya sudah menandatangani pembayaran sebesar Rp. 537.000,- namun beberapa waktu ada sms dari Plasa bahwa pembayaran yang harus saya bayar adalah Rp. 564.000,-, padahal saya jarang menggunakan telepon paling internet saja. Jadi saya merasa tidak sesuai dengan perjanjian awal.⁸³

Terkadang saya membayar dua kali pembayaran perbulan itu naik dan saya tidak tahu faktornya apa, baru pemberitahuannya juga tidak ada.⁸⁴

Waktu itu lagi promo jadi pembayarannya waktu enam bulan pertama itu saya bayar Rp. 82.000,- baru pas satu tahun sudah naik pembayarannya Rp. 110.000,-⁸⁵.

Berdasarkan apa yang telah dipaparkan oleh pengguna jasa internet di atas maka kebenaran yang di rasakan atau kenyataan yang di alami oleh pengguna jasa internet masih tidak sesuai dengan etika bisnis Islam, karena telah meniadakan prinsip kebenaran, kebajikan, dan kejujuran. Sebagaimana firman Allah.SWT dalam al-Qur'an surah Al-Baqarah ayat 195.⁸⁶

وَأَنْفِقُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَلَا تُلْقُوا بِأَيْدِيكُمْ إِلَى التَّهْلُكَةِ وَأَحْسِنُوا إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ
الْمُحْسِنِينَ ﴿١٩٥﴾

Terjemahnya:

Dan belanjakanlah (harta bendamu) di jalan Allah, dan janganlah kamu menjatuhkan dirimu sendiri ke dalam kebinasaan, dan berbuat baiklah, Karena Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang berbuat baik.

⁸³Wisdawati, Pengguna Jasa Internet Plasa Telkom Group Parepare, Sulsel, wawancara oleh penulis di Jl. Bau Masee No. 262 Parepare, Tanggal 07 Juni 2017.

⁸⁴Muhammad Ikhsan, Pengguna Jasa Internet Plasa Telkom Group Parepare, Sulsel, wawancara oleh penulis di Jl. Bau Masee No. 262 Parepare, Tanggal 07 Juni 2017.

⁸⁵Fatimah, Pengguna Jasa Internet Plasa Telkom Group Parepare, Sulsel, wawancara oleh penulis di Jl. Bau Masee No. 262 Parepare, Tanggal 07 Juni 2017.

⁸⁶Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya dengan Transliterasi Arab*, h. 37.

Berdasarkan surah Al-Baqarah ayat 195 dijelaskan bahwa Allah memerintahkan kita untuk melakukan perbuatan ihsan (baik), karena Allah mencintai orang-orang yang berbuat baik.

Salah satu fungsi hukum bisnis adalah sebagai sumber informasi yang berguna bagi praktisi bisnis untuk memahami hak-hak dan kewajiban dalam praktik bisnis, agar terwujud watak dan perilaku aktivitas di bidang bisnis yang berkeadilan, wajar, sehat, dan dinamis (yang dijamin oleh kepastian hukum).⁸⁷ Khusus mengenai hukum bisnis syariah, bertujuan untuk mewujudkan konsep adil dan ihsan (baik) dalam praktik dan transaksi bisnis.⁸⁸

Tujuan umum etika bisnis Islam adalah menanamkan kesadaran akan adanya dimensi etis dalam bisnis, memperkenalkan argumentasi-argumentasi moral di bidang ekonomi dan membantu untuk menentukan sikap moral yang tepat dalam menjalankan profesi.⁸⁹ Dalam abad modern, ini hubungan antara bisnis dan etika telah melahirkan hal yang problematis. Bisnis di anggap suatu proses untuk mencari keuntungan dan mencukupi kebutuhan hidupnya. Sementara itu etika merupakan ilmu yang berbeda dengan bisnis dan karenanya terpisah. Dalam kenyataan ini bisnis dan etika dipahami sebagai suatu hal yang tidak tidak berkaitan.⁹⁰

Berdasarkan pandangan etika bisnis islam, etika dalam Islam adalah niat yang tulus. Dengan niat yang tulus, semua bentuk aktivitas keduniaan seperti bisnis berubah menjadi ibadah. Sebagaimana sabda Rasulullah SAW, “*sesungguhnya amal perbuatan itu tergantung dengan niat, dan sesungguhnya masing-masing orang*

⁸⁷A. Kadir, *Hukum Bisnis Syariah dalam Al-Qur'an*, h. 44.

⁸⁸A. Kadir, *Hukum Bisnis Syariah dalam Al-Qur'an*, h. 45.

⁸⁹Faisal Badroen., *Etika Bisnis Dalam Islam*, h. 22.

⁹⁰Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, h. 15.

mendapatkan balasan dari perbuatannya sesuai dengan niatnya”. Yang dimaksud dengan niat dalam sabda Rasul tersebut adalah adanya keinginan baik terhadap diri sendiri dan orang lain.

Bisnis yang sehat adalah bisnis yang berlandaskan pada etika. Oleh karena itu, sebenarnya para pelaku bisnis memiliki kerangka etika bisnis sehingga dapat mengantarkan aktivitas bisnis yang berkah. Allah juga melarang kita untuk saling memakan harta sesama secara bathil.⁹¹

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Terjemahnya :

Dan janganlah sebahagian kamu memakan harta sebahagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang bathil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebahagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, Padahal kamu mengetahui.

Ketika manusia mulai menyadari kemajuan terhadap suatu bidang bisnis yang menyebabkan manusia kehilangan nilai normanya, maka disinilah peran etika bisnis dalam Islam yang sesungguhnya. Muncul pula mitos yang menyatakan bahwa bisnis adalah bisnis, bahwa bisnis itu semata-mata hanya mencari keuntungan. Agar mendapatkan bisnis yang menguntungkan maka dalam pandangan Al-Qur'an bisnis yang menguntungkan yakni, mengetahui investasi yang paling baik, membuat keputusan yang logis, sehat dan masuk akal, serta mengikuti perilaku yang baik.⁹²

⁹¹Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, h. 95.

⁹²Mustaq Ahmad, *Etika Bisnis dalam Islam*, h. 38.

Bisnis dalam Islam memposisikan pengertian bisnis yang pada hakikatnya merupakan usaha manusia untuk mencari keridhaan Allah. SWT. Bisnis tidak bertujuan jangka pendek, individual, dan semata-mata keuntungan yang berdasarkan kalkulasi matematika, tetapi bertujuan jangka pendek dan jangka panjang, yaitu tanggung jawab pribadi dan sosial dihadapan masyarakat, negara, dan Allah. SWT. Mengenai bisnis yang sesuai dengan hukum Islam adalah semua aspek kegiatan untuk menyalurkan barang atau jasa melalui saluran produktif, dari membeli barang mentah sampai menjual barang jadi. Etika bisnis Islam adalah norma-norma etika yang berbasiskan Al-Qur'an dan Hadis yang harus dijadikan acuan oleh siapapun dalam aktivitas bisnis.⁹³

Etika merupakan landasan dasar segala tingkah laku manusia dalam segala aspek kehidupan, termasuk bisnis yang di lakukan pada perusahaan PT. Telkom khususnya pada Plasa Telkom Group Parepare dalam melayani pengguna jasa internetnya sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam.

4.3 Implikasi Layanan Jasa Internet pada Plasa Telkom Group Parepare.

Di dalam sebuah perusahaan tugas penting bagi suatu perusahaan itu adalah untuk memberikan kepuasan bagi setiap pelanggannya khususnya pada PT. Telkom yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa telekomunikasi, karena salah satu tujuan dari suatu bisnis yaitu untuk memberikan rasa puas terhadap pengguna jasa internetnya. Salah satu cara agar perusahaan Telkom dapat memuaskan pengguna jasa internetnya yaitu dengan memberikan kualitas layanan yang sebaik-baiknya. Kualitas pelayanan merupakan bagian yang penting dalam bidang jasa. Kualitas pelayanan dapat diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pengguna

⁹³Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Islam* (Malang: UIN Malang Press, 2008), h. 84

jasa internet serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pengguna jasa internet. Kualitas jasa itu sendiri merupakan ukuran seberapa bagus tingkat pelayanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pengguna jasa internet.

Kepuasan pelanggan atau pengguna jasa internet sangat dipentingkan bagi setiap perusahaan Telkom, karena apabila memiliki kualitas yang rendah akan menimbulkan ketidakpuasan pada pengguna jasa internet. Ketika pengguna jasa merasa sudah kecewa maka mereka akan bercerita paling sedikit 15 orang. Dampaknya, calon pengguna jasa internet akan menjatuhkan pilihannya kepada pesaing. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika pelayanan yang diterima melampaui harapan pengguna jasa internet, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya bila layanan yang diterima lebih rendah daripada harapan pengguna jasa internet, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk. Dengan demikian baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada penyedia layanan dalam memenuhi harapan pengguna jasa internet secara konsisten.

Menciptakan suatu pelayanan yang baik maka perusahaan harus mampu membangun komitmen bersama untuk menciptakan visi di dalam perbaikan proses pelayanan. Yang termasuk di dalamnya adalah memperbaiki cara berpikir, perilaku, kemampuan, dan pengetahuan dari semua sumber daya manusia yang ada.

Sementara itu, Zeithmal, Berry, dan Parasuraman dalam buku Fandy Tjiptono mengidentifikasi lima dimensi pokok yang berkaitan dengan kualitas jasa, antara lain:

- 4.3.1 Bukti langsung (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.
- 4.3.1.1 Keandalan (*reliability*), yakni kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
- 4.3.1.2 Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
- 4.3.1.3 Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf bebas dari bahaya, risiko, atau keragu-raguan.
- 4.3.1.4 Empati (*emphaty*), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.⁹⁴

Kualitas pelayanan tersebut dapat dipergunakan untuk mengukur kualitas pelayanan suatu perusahaan jasa. Mengukur kualitas pelayanan berarti mengevaluasi atau membandingkan kinerja suatu jasa dengan seperangkat standar yang telah ditetapkan terlebih dahulu

Kepuasan pengguna jasa internet merupakan salah satu bentuk pertahanan bagi setiap perusahaan, karena tanpa kepuasan pengguna jasa internet perusahaan akan mengalami kerugian diakibatkan pelayanannya yang kurang memuaskan. Agar terjalin ikatan yang baik antara pihak perusahaan Plasa Telkom Group Parepare dengan para pengguna jasa internetnya, maka Telkom khususnya Plasa harus mempertahankan kepuasan dan loyalitas untuk pengguna jasa internetnya.

⁹⁴Fandy Tjiptono, *Prinsip-Prinsip Total Quality Service* (Yogyakarta: Andi Offset, 2011), h. 14.

Loyalitas pengguna jasa internet adalah sebagai upaya untuk mempertahankan pengguna jasa internet dengan melalui program.

4.4.1 Adapun program meningkatkan loyalitas pelanggan.⁹⁵ Antara lain:

4.4.1.1 Produk Berkualitas

Pastikan produk yang kita jual memiliki kualitas yang baik. Kita harus bisa melakukan perbaikan dari kualitas produk kita terus menerus, lakukan monitoring dari proses produksi sehingga produk yang sampai ke tangan konsumen merupakan produk yang berkualitas. Ingatlah poin ini: konsumen akan mudah beralih ke pesaing atau ke produsen lain ketika kualitas produk kita menurun.

4.4.1.2 Layanan Berkualitas

Layanan merupakan jasa yang mendukung proses penjualan produk kita. Memberikan layanan yang baik ke konsumen adalah langkah yang perlu dilakukan agar konsumen datang lagi membeli produk kita. Pembeli yang menjadi pelanggan salah satunya karena merasa puas atas layanan yang diberikan. Hal praktis yang bisa kita lakukan adalah membuat SOP (Standar Operating Procedure) atas proses layanan ke konsumen dan juga melakukan training ke karyawan tentang SOP ini. Kedua hal ini perlu dilakukan untuk menjaga kualitas yang kita berikan ke konsumen.

4.4.1.3 Memiliki Kelebihan dibanding Pesaing

⁹⁵Faqih, *Program Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*, <https://faqih04756.wordpress.com/2014/09/25/program-meningkatkan-loyalitas-pelanggan/> (2 Agustus 2017).

Sudah menjadi pengertian umum bahwa produk/jasa yang memiliki kelebihan dibanding pesaing cenderung lebih banyak dibeli. Kelebihan ini bisa dalam hal ukuran (lebih besar), fitur (lebih lengkap), harga (lebih murah) ataupun hal lainnya misal rasa, kemasan. Hal-hal ini menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen supaya tidak beralih ke pesaing dan setia membeli produk kita.

4.4.1.4 Inovasi Berkelanjutan

Produk yang melakukan inovasilah yang akan dengan sendirinya membangun loyalitas konsumen. Kebutuhan konsumen selalu berubah dan cenderung ingin lebih, oleh sebab itu inovasi dan perbaikan produk perlu dilakukan. Inovasi bisa dalam hal kemasan, isi (konten), jasa layanan, cara pengiriman barang ataupun cara berkomunikasi (*marketing*) ke konsumen. Sebagai pebisnis kita perlu melakukan inovasi berkelanjutan dari produk dan layanan kita terutama di era internet saat ini.

4.4.1.5 Ciptakan Varian Baru

Konsumen cenderung cepat bosan, oleh sebab itu penting sekali menerapkan strategi pengembangan produk. Strategi yang dimaksud disini adalah pengembangan produk melalui varian-varian baru. Banyak merek-merek besar yang berhasil mempertahankan pelanggan dikarenakan mereka membuat varian-varian baru. Misalnya pada produk shampo, ada shampo varian untuk anti ketombe, varian rambut lembut, dan lain-lain.

4.4.1.6 Program Promosi

Penerapan program promosi sangat diperlukan sebagai salah satu upaya mempertahankan konsumen. Beberapa program promosi yang bisa dilakukan diantaranya adalah program diskon, paket produk, paket bundling serta paket dengan

harga khusus.⁹⁶ Beberapa strategi ini menjadi salah satu strategi yang terbukti ampuh untuk mendorong konsumen melakukan pembelian kembali dimasa mendatang.

4.4.1.7 *Point Rewards*

Pemberian *point rewards* adalah strategi yang cukup ampuh untuk membuat konsumen loyal membeli dan menggunakan produk kita. Pada dasarnya konsumen senang dengan program hadiah atau program bonus. *Point rewards* bisa diterapkan dengan cara memberikan poin kepada pembeli yang membeli produk dengan jumlah tertentu, kemudian poin tersebut jika terkumpul dapat ditukarkan dengan hadiah atau bonus tertentu.

4.4.1.8 Program *Membercard* (Kartu Anggota)

Program *membercard* (Kartu Anggota) pada dasarnya adalah strategi untuk mengikat konsumen. Kartu anggota atau *membercard* ini akan berperan sebagai sarana untuk memberikan layanan berbeda kepada konsumen yang memiliki kartu dengan yang tidak memiliki kartu anggota. Pembeli yang memiliki kartu anggota atau menjadi *membercard* akan diberikan layanan khusus, harga khusus dan mungkin saja akan dapat *reward* (hadiah) lebih banyak ketimbang yang tidak memiliki kartu anggota. Konsumen yang sudah menjadi bagian dalam *membercard* memiliki kecenderungan untuk loyal membeli produk dari produsen yang menerbitkan kartu anggota tersebut.

Namun, dengan banyaknya program loyalitas yang ditawarkan berbagai perusahaan di berbagai industri, menjadi semakin sulit menarik minat pelanggan terhadap suatu program. Karena itulah, pemasar harus semakin jeli dalam menyusun program loyalitas yang dapat langsung memberikan nilai tambah yang relevan

⁹⁶Bundling adalah strategi penjualan yang dilakukan dengan cara menggabungkan dua buah produk atau beberapa buah produk tertentu di dalam sebuah paket penjualan.

terhadap kebutuhan pelanggan sehingga bisa secara efektif membangun ikatan terhadap perusahaan atau produk secara jangka panjang. Hal ini dilakukan dengan pertimbangan bahwa meningkatkan kepuasan dan kesetiaan pengguna jasa internet memiliki pengaruh yang positif terhadap perusahaan Telkom.

Dari penjelasan yang telah dipaparkan mengenai kriteria yang menjadi faktor utama penentu kualitas pelayanan jasa dan program meningkatkan loyalitas pelanggan atau pengguna jasa internet tidak menutup kemungkinan ada efek atau pengaruh dari layanan internet, karena diketahui bahwa pengaruh internet sangat besar pada setiap penggunanya, ada yang mendapatkan hasil positif dan ada juga yang mendapatkan hasil yang negatif, tergantung dari pengguna jasa internetnya, apakah menggunakan internet mendapatkan hasil yang positif atau negatif. Di zaman sekarang ini internet adalah tujuan utama bagi setiap manusia karena internet sangat berpengaruh bagi semua orang, tanpa internet kita tidak akan mengetahui berbagai macam informasi di seluruh dunia.

Jika tidak bijak dalam menggunakan internet bisa jadi akan berdampak negatif terhadap penggunanya. Kehadiran internet memang juga memiliki banyak dampak positif bagi aktivitas seseorang. Dahulu beberapa aktivitas membutuhkan banyak waktu dan tenaga untuk menyelesaikannya namun dengan kehadiran internet semakin memudahkan berbagai aktivitas dan pekerjaan seseorang.

Keberadaan internet semakin memiliki peran yang signifikan dalam keseharian seseorang bahkan bagi sebagian orang tak lengkap rasanya jika dalam sehari tidak pernah mengakses internet baik itu untuk membuka jejaring sosial (*facebook, twitter, instagram, google* dan lain-lain) atau mencari referensi dalam menyelesaikan tugas atau pekerjaan melalui internet.

Adapun implikasi dalam bahasa Indonesia adalah efek yang ditimbulkan di masa depan atau dampak yang dirasakan ketika melakukan sesuatu. Akibat langsung yang terjadi karena suatu hal misalnya, penemuan karena hasil penelitian. Kata implikasi memiliki makna yang cukup luas sehingga maknanya cukup beragam. Implikasi bisa didefinisikan sebagai suatu akibat yang terjadi karena suatu hal.

Implikasi adalah segala sesuatu yang telah dihasilkan dengan adanya proses perumusan kebijakan.⁹⁷ Dengan kata lain akibat-akibat dan konsekuensi yang ditimbulkan dengan dilaksanakannya kebijakan atau kegiatan tertentu.⁹⁸

Membicarakan hal mengenai implikasi atau dampak bagi setiap orang memang sangat berpengaruh pada kehidupan. Namun ketika dalam menggunakan internet terdapat berbagai manfaat penggunaan internet beserta implikasinya yang ada di Plasa Telkom. Hal ini sebagaimana yang dipaparkan oleh salah satu karyawan di Plasa Telkom Group Parepare:

Dampaknya sangat positif dan sangat memudahkan sekali bagi pengguna jasa internet.⁹⁹

Sesuai apa yang telah dipaparkan oleh salah satu karyawan pada Plasa Telkom Group Parepare, bahwa selama adanya internet implikasi atau dampak dari penggunaan internet tersebut dapat menghasilkan pengaruh yang positif, karena pengguna jasa internet yang datang di lokasi tersebut dapat mengerjakan segala tugas baik tugas individu maupun tugas kelompoknya.

Bahkan dampak itu sendiri membawa para pengguna jasa internet banyak mengetahui informasi yang mereka butuhkan. Namun dengan hal ini, orang tua wajib

⁹⁷Islamy M Irfan, *Prinsip-prinsip Perumusan Kebijakan Negara* (Jakarta: Bumi Aksara, 2003), h. 114.

⁹⁸ Islamy M Irfan, *Prinsip-prinsip Perumusan Kebijakan Negara*, h. 115.

⁹⁹Muh. Syafar, Karyawan Plasa Telkom Group Parepare, Sulsel, wawancara oleh penulis di Jl. Bau Masee No. 262 Parepare, Tanggal 05 Juni 2017.

memantau anak-anaknya dalam menggunakan via internet bagi yang memasang IndiHome di rumahnya. Internet merupakan suatu jaringan yang mampu menjangkau penggunaannya di mana saja, kapan saja, dan bagi siapa saja termasuk anak-anak.¹⁰⁰ Penggunaan internet bagi kalangan setiap orang khususnya bagi anak-anak terdapat dampak positif dan negatif, antara lain:

4.4.2 Dampak Positif Internet Bagi Anak

4.4.2.1 Sumber Belajar Bagi Anak

Salah satu dampak positif bagi anak adalah sebagai sumber belajar, kemudahan mendapatkan informasi dan pelajaran melalui internet membuat anak lebih mudah dalam belajar. selain itu untuk mengakses internet tidak dibatasi oleh ruang dan waktu, jadi seorang kapan saja bisa mengakses internet jika mau mencari informasi dan refrensi dalam mengerjakan tugas.

4.4.2.2 Sebagai Sarana Hiburan Bagi Anak

Dampak positif lain internet bagi anak adalah sebagai sarana hiburan, karena seperti yang diketahui ada banyak fitur atau item dalam internet yang bisa diakses oleh anak seperti main games, tebak-tebakan, dan lain-lain.

4.4.2.3 Media Bersosialisasi Anak

Selain orang dewasa tak jarang juga telah memiliki jejaring sosial seperti fb, twitter, instagram, dan lain-lain melalui keaktifan dimedia sosial anak-anak akan belajar bagaimana bersosialisasi yang baik melalui dunia maya.

4.4.2.4 Anak Lebih Pekah terhadap Kemajuan Teknologi

Internet adalah salah satu hasil dari kemajuan teknologi, anak yang sudah bisa mengakses internet secara tidak langsung merasakan kecanggihan teknologi dampak

¹⁰⁰Rijal, 6 *Dampak Positif dan Negatif Internet Bagi Anak*, <http://www.rijal09.com/2016/12/6-dampak-positif-dan-negatif-internet-bagi-anak.html> (17 Juli 2017).

positifnya anak akan memiliki pola pikir yang terbuka tentang manfaat-manfaat teknologi bagi manusia khususnya internet.

4.4.2.5 Menumbuhkan Daya Kreativitas Anak

Ketika anak mengakses internet, anak tersebut akan melihat banyak hal yang menabjukan dan luar biasa. kondisi tersebut akan memunculkan kemampuan berpikir kritis sehingga muncul daya kreativitas dalam dari anak. juga dengan banyak duduk untuk mengakses internet, maka anak akan memiliki koordinasi yang baik antara mata, otak, dan tangan.

4.4.2.6 Mengasah Pengetahuan Non Verbal Anak

Dampak positif internet bagi anak juga akan membantu dalam mengasah kemampuan non verbal anak karena dalam mengakses internet kebanyakan menggunakan simbol-simbol dalam pengopersiaanya. jadi anak akan banyak belajar bahasa-bahasa non verbal ketika sedang mengakses internet.

4.4.3 Dampak Negatif Internet Bagi Anak

4.4.3.1 Kecanduan Internet

Dampak negatif lain internet bagi anak adalah efek kecanduan dalam mengakses internet, misalkan ketagihan main game online, ketagihan mengakses jejaring sosial sehingga membuat anak menjadi budak internet.

4.4.3.2 Informasi yang tak Terfilter

Tidak seperti halnya televisi yang memiliki batasan umur tertentu yang bisa menonton suatu tayangan. internet tidak memiliki prosedur yang ketat dalam menyeleksi konten yang sesuai dengan latar belakang umur penggunanya akibatnya berbagai informasi bebas didapatkan meskipun kriteria umur belum mencukupi.

4.4.3.3 Anak Sulit Membedakan yang Mana Real dan yang mana Abstrak

Pola pikir anak yang masih terbuka membuat mereka konten yang ada di internet seolah nyata dan ada dalam dunia nyata. sehingga terbentuk suatu pola pikir yang sulit membedakan hal yang nyata dan abstrak.

4.4.3.4 Membuat Anak Menjadi Pribadi yang Plagiat

Dalam mengerjakan tugas sekolah seorang anak atau sebagian anak tidak lagi berusaha mengerjakan tugas dengan sungguh-sungguh karena dengan adanya internet, anak-anak tinggal mencari tugas melalui internet kemudian langsung mencopinya, sehingga anak-anak menjadi pribadi yang selalu ingin melakukan sesuatu dengan instant dan menjadikan anak pribadi yang plagiarisme.¹⁰¹ Hal ini dapat membuat pola pikir anak menjadi tidak stabil, karena efek samping dari internet dapat membuat anak menjadi pribadi yang plagiat atau meniru karangan, pendapat orang lain.

4.4.3.5 Anak bisa Menjadi Pribadi yang Anti Sosial

Anak yang kebanyakan mengakses internet juga akan berpengaruh pada perilaku sosialnya, dimana anak mulai kurang melakukan interaksi dengan temannya, lebih banyak menyendiri, dan kurang peduli dengan lingkungan sekitar. akibatnya anak menjadi anti sosial dan kurang mau berteman karena telah memiliki banyak teman melalui jejaring sosial walau pada hakikatnya bersifat maya.

Tidak dapat dipungkiri internet termasuk di dalamnya jejaring sosial, baik secara langsung maupun tidak langsung mempunyai dampak bagi masyarakat, baik itu berdampak positif ataupun negatif. Dampaknya pun tidak terbatas terhadap

¹⁰¹Plagiarisme atau sering disebut plagiat adalah penjiplakan atau pengambilan karangan, pendapat, dan sebagainya dari orang lain dan menjadikannya seolah karangan dan pendapat sendiri. Plagiat dapat dianggap sebagai tindak pidana karena mencuri hak cipta orang lain.

kalangan tertentu saja, namun telah meluas ke semua kalangan baik kalangan terpelajar maupun bukan kalangan terpelajar, baik anak-anak, remaja, maupun dewasa, sebagai salah satu lembaga yang berkaitan langsung dengan kehidupan sehari-hari, lembaga pendidikan pun, dalam hal ini sekolah, tidak ketinggalan memanfaatkan fungsi internet tersebut dalam proses pendidikan dan pembelajaran di dalam kelas, dan manfaat internet masih banyak lagi.

Selama adanya PT. Telkom dan meluncurkan berbagai macam produk-produk yang membuat para pengguna jasa internetnya merasa sangat puas dengan layanannya. Telkom juga harus mampu memasarkan produk-produknya dengan membentuk strategi pemasaran yang baik, termasuk pada Plasa Telkom Group Parepare mengenai pelayanan yang baik, produk-produk yang berkualitas, sehingga nantinya dapat menciptakan kepuasan para pengguna jasa internetnya. Selain itu, pemasaran produk via internet juga merupakan cara bisnis yang sukses saat ini.

Mempunyai laman *website* sudah menjadi kewajiban bagi setiap organisasi bisnis di dunia ini. Selain dapat mengurangi biaya, pemasaran internet juga dapat menjaga kualitas stok dan penyampaian informasi yang lebih efisien.¹⁰² Dalam perspektif Islam, tujuan bisnis merupakan salah satu bentuk kegiatan ekonomi bagi manusia karena sebagai suatu ikhtiar dan sarana yang paling efektif untuk kemaslahatan hidup dan untuk memenuhi kebutuhan ekonomi keluarga. Dalam menjalankan suatu bisnis harus diperhatikan mana cara yang halal dan cara yang haram. Artinya cara yang halal haruslah dikerjakan dengan baik dan sesuai dengan prinsip keislaman sedangkan cara yang haram harus ditinggalkan karena mengerjakan

¹⁰²Muhammad Sulaiman dan Aizuddinnur Zakaria, *Jejak Bisnis Rasul* (Jakarta: Hikmah, 2010), h. 234.

perbuatan yang haram adalah segala perbuatan yang tidak akan mendapatkan keberkahan oleh Allah.Swt.

Bisnis merupakan pertukaran barang, jasa atau uang yang saling menguntungkan atau memberi manfaat dan bisnis sebagai suatu organisasi yang menjalankan aktivitas produksi dan didistribusikan atau penjualan barang dan jasa-jasa yang diinginkan oleh konsumen untuk memperoleh profit (Keuntungan). Barang yang dimaksud disini adalah suatu produk yang secara fisik memiliki wujud (dapat diindrakan) sedangkan jasa adalah aktivitas-aktifitas yang memberikan manfaat kepada konsumen atau pelaku bisnis lainnya.¹⁰³ Sebagian besar dampak yang dimiliki setiap orang dalam menggunakan internet khususnya pengguna jasa internet pada Plasa Telkom Group Parepare rata-rata mendapatkan hasil yang positif. Salah satu hal positif yang telah didapatkan selama menggunakan internet adalah banyak mendapatkan pengetahuan, informasi, pengerjaan tugas kuliah ataupun tugas sekolah.

Apabila dikaitkan dengan etika bisnis Islam, maka dianggap implikasi layanan jasa internetnya sesuai dengan salah satu prinsip etika bisnis Islam yakni prinsip bertanggungjawab. Karena pihak dari Plasa Telkom Group Parepare sudah menjalankan peraturan dan kebijakan yang baik terhadap para pengguna jasa internetnya, selain itu pengguna jasa internet dipermudahkannya dalam mencari informasi atau mengerjakan tugas, baik dari pengguna jasa internet *wifi corner* maupun pengguna jasa internet IndiHome. Dikarenakan pihak dari Plasa Telkom Group Parepare telah mengantisipasi para pengguna jasanya apabila mencari informasi yang aneh atau membuka situs yang tidak pantas untuk dilihat. Hal ini

¹⁰³Veithzal Rivai, Amiur Nuruddin, dan Faisar Ananda Arfa, *Islamic Business And Economis Ethics (Mengacu Pada Alqur'an Dan Mengikuti Jejak Rasulullah SAW Dalam Bisnis, Keuangan, dan Ekonomi)*, h. 11.

sebagaimana yang telah dipaparkan oleh salah satu karyawan di Plasa Telkom Group Parepare sebagai berikut:

Di dalam IndiHome itu ada namanya mofil, mofil itu bisa kita blok disitu konten-konten atau situs-situs porno yang tidak bisa dibuka oleh pengguna jasa internet.¹⁰⁴

Setelah apa yang dipaparkan oleh salah satu karyawan di Plasa Telkom Group Parepare dapat disimpulkan bahwa pelayanan yang diberikan pengguna jasa internet sudah bagus dan tidak khawatir lagi bagi pihak orang tua apabila anaknya menggunakan internet karena dalam produk IndiHome situs atau konten bisa di blok sehingga para pengguna jasa internet Plasa Telkom Group Parepare tidak dapat membuka atau melihat situs tersebut.

Pelayanan pada Plasa Telkom Group Parepare telah menjalankan dengan baik dan benar, karena bisnis yang baik adalah suatu bisnis yang menerapkan sistem kebaikan, kebenaran, dan keadilan. Dari hal yang telah dipaparkan di atas mencerminkan sikap yang benar karena Plasa Telkom tidak ingin apabila ada pengguna jasa internetnya melakukan hal yang tidak benar dalam hal ini membuka situs yang tidak pantas. Tujuan dari kebijakan yang telah diberikan oleh pengguna jasa internet adalah agar pengguna jasa internet tidak melakukan hal yang tidak wajar dan tidak semestinya. Seperti halnya, Islam mendorong kita untuk memperlakukan setiap muslim secara baik, benar, dan adil terhadap sesama manusia.

Allah berfirman dalam Q.S. An-Nisa/4 : 85

مَنْ يَشْفَعْ شَفَعَةً حَسَنَةً يَكُنْ لَهُ نَصِيبٌ مِّنْهَا ۗ وَمَنْ يَشْفَعْ شَفَعَةً سَيِّئَةً يَكُنْ لَهُ كِفْلٌ مِّنْهَا ۗ وَكَانَ اللَّهُ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ مُّقِيتًا ﴿٨٥﴾

¹⁰⁴Muh. Syafar, Karyawan Plasa Telkom Group Parepare, Sulsel, wawancara oleh penulis di Jl. Bau Masee No. 262 Parepare, Tanggal 05 Juni 2017.

Terjemahnya:

Barang siapa memberikan hasil yang baik, niscaya ia akan memperoleh bagian pahala dan barang siapa menimbulkan akibat yang buruk, niscaya ia akan memikul konsekuensinya.¹⁰⁵

Surah An-Nisa' ayat ke 85 ini menegaskan kembali bahwasanya manusia yang menebarkan kebaikan kepada manusia lainya suatu hari ia akan mendapat kebaikan pula dan begitu pula sebaliknya manusia yang menebar benih keburukan kepada manusia lainya maka suatu hari ia akan mendapat keburukan pula. Di ibaratkan perusahaan yang mempunyai citra yang baik dimata masyarakat maka perusahaan akan dipilih oleh masyarakat dalam hal produknya demikian pula perusahaan yang mempunyai citra yang buruk maka produk yang dihasilkan perusahaan akan dihindari masyarakat. Sesungguhnya Allah mencintai orang-orang yang berbuat baik. Allah SWT berfirman dalam Q.S an-Nahl ayat 90:¹⁰⁶

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَايَ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ
وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ﴿٩٠﴾

Terjemahnya:

Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran.

Berdasarkan surah diatas ditegaskan bahwa Islam tidak membenarkan setiap tindakan yang dapat merusak diri dan mayarakat bahkan makhluk lain seperti binatang, tumbuhan dan alam. Menerapkan perspektif etika bisnis Islam dalam suatu perusahaan akan dapat membuat perusahaan tersebut mendapatkan bisnis yang di

¹⁰⁵Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya dengan Transliterasi Arab*, h. 119.

¹⁰⁶Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, h. 377.

ridhahi oleh Allah.SWT. karena di dalam etika bisnis Islam menempatkan nilai etika di tempat yang paling tinggi. Pada dasarnya, Islam diturunkan sebagai kode perilaku moral dan etika bagi kehidupan manusia, seperti yang disebutkan dalam hadis: “*Aku diutus untuk menyempurnakan akhlak yang mulia*”. Dalam Islam, etika (akhlak) sebagai cerminan kepercayaan Islam (iman).¹⁰⁷ Etika Islam memberi sanksi internal yang kuat serta otoritas pelaksana dalam menjalankan standar etika. Konsep etika dalam Islam tidak utilitarianisme dan relatif, akan tetapi mutlak dan abadi.¹⁰⁸ Jadi, Islam menjadi sumber nilai dan etika dalam segala aspek kehidupan manusia secara menyeluruh, termasuk dalam dunia bisnis. Walaupun Al-Qur’an mendeklarasikan bahwa bisnis adalah hal halal, namun demikian setiap perikatan ekonomi yang dilakukannya dengan orang lain, tidak menanamkan dirinya dari ingatan kepada Allah dan pelaksanaan setiap perintah-Nya. Seorang muslim diperintahkan untuk selalu ingat kepada Allah, baik dalam kondisi bisnis yang sukses atau dalam kegagalan bisnis.

Kualitas pelayanan pada Plasa Telkom Group Parepare mampu memberikan nilai kepuasan bagi para pengguna jasa internetnya, mulai dari bentuk pelayanan yang diberikan, respon dari pengguna jasa internet yang mendapatkan hasil positif dalam menggunakan produk- produk Plasa Telkom, serta implikasi atau dampak dalam penggunaan internet yang sudah tak diragukan lagi karena mendapat perhatian khusus pada pihak Plasa Telkom sehingga pengguna jasa internetnya tidak dapat membuka situs yang tidak semestinya.

¹⁰⁷*Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*. <https://media.neliti.com/media/publications/24402-ID-etika-bisnis-dalam-perspektif-islam.pdf> (15 Juni 2017).

¹⁰⁸Utilitarianisme adalah suatu teori dari segi etika normatif yang menyatakan bahwa suatu tindakan yang patut adalah yang memaksimalkan penggunaan (*utility*), biasanya didefinisikan sebagai memaksimalkan kebahagiaan dan mengurangi penderitaan.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian pada hasil penelitian dan pembahasan, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

- 5.1.1 Bentuk pelayanan pada Plasa Telkom Group Parepare dalam melayani pengguna jasa internetnya yaitu, dengan menunjukkan sikap akidah dan. Sikap akidah dengan senantiasa memberikan senyuman yang hangat dalam menyambut maupun mengantar pengguna jasa internet, menyapa dengan ramah dan menunjukkan sikap kesopansantunan. Jika dikaitkan dengan etika bisnis Islam yakni, sesuai dengan prinsip kesatuan
- 5.1.2 Respon pengguna jasa internet terhadap pelayanan pada Plasa Telkom Group Parepare, yaitu pelayanannya sudah memuaskan, karena dapat membantu dan mempermudah, pengguna jasa internet dalam mencari informasi atau mengerjakan tugas. Selain itu, pihak Plasa Telkom tidak berbuat diskriminasi atau membeda-bedakan dengan memberikan pelayanan yang tidak adil terhadap pengguna jasa internet tertentu. Jika dikaitkan dengan etika bisnis Islam, maka respon pengguna jasa internet terhadap pelayanannya sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam yakni prinsip keseimbangan. Kemudian jika dikaitkan dengan keluhan tentang sistem pembayarannya, maka hal ini

dianggap tidak sesuai dengan etika bisnis Islam karena meniadakan prinsip kebenaran: kebajikan, dan kejujuran.

- 5.1.3 Implikasi layanan jasa internet pada Plasa Telkom Group Parepare yaitu mendapatkan pengaruh positif bagi pengguna jasa internetnya. Apabila dikaitkan dengan etika bisnis Islam, maka dianggap implikasi layanan jasa internetnya sesuai dengan salah satu prinsip etika bisnis Islam yakni prinsip bertanggungjawab.

5.2 Saran

Adapun saran penulis berikan dalam penulisan skripsi ini ialah untuk para pengguna jasa internet yang ada di Plasa Telkom Group Parepare sebaiknya lebih bersabar lagi apabila ada ketidaklancaran jaringan sehingga pengerjaan tugasnya baik tugas kuliah maupun tugas sekolah menjadi terhambat, dan bagi pengguna jasa internet khususnya anak-anak jangan terlalu ribut atau mengeluarkan suara dengan nada yang keras dikarenakan sebagian pengguna jasa internet lainnya merasa terganggu akan hal tersebut. Adapun saran untuk Plasa Telkom Group Parepare ialah lebih memperhatikan keluhan-keluhan pengguna jasa internet karena yang sering muncul keluhan itu adalah terjadinya ketidaklancaran atau internet menjadi lambat loading sehingga meperhambat penyelesaian tugas-tugas mereka, dan lebih memperhatikan lagi sarana dan prasarana sehingga dapat ditingkatkan lebih baik lagi untuk kedepannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Hardiyansyah. 2011. *Kualitas Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Gava Media.
- Ahmad Mustaq. 2003. *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar.
- Ali, Zainuddin. 2011. *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Arijanto, Agus. 2011. *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Asyhadie, Zaeni. 2012. *Hukum Bisnis Prinsip dan Pelaksanaannya di Indonesia*. Cet. VI; Jakarta: Rajawali Pers.
- Aziz Abdul. 2013. *Etika Bisnis Islam Perspektif Islam*. Bandung: Alfabeta.
- Azwar, Saifuddin. 2000. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Badroen, Faisal. 2007. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: Kencana.
- Badryani. 2014. *Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan PT. Hadji Kalla Cabang Parepare Terhadap Kepuasan Pelanggan (Analisis Ekonomi Islam)* Skripsi Sarjana: Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam STAIN: Parepare.
- Barata, Atep Adya. 2004. *Dasar-dasar Pelayanan Prima*. Cet. II; Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Basrowi dan Suwandi. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bly, Robert W. 2003. *Fool Proof Marketing*. Jakarta: Erlangga.
- Caesar, Ibnu, <https://ibnucaesarblog.files.wordpress.com/2015/08/pengenalan-indihome.pdf>, (diakses tanggal 15 Juni 2017).
- Damin, Sudarman. 2012. *Menjadi Peneliti Kualitatif: Ancangan Metodologi, Presentasi, dan Publikasi Hasil Penelitian untuk Mahasiswa dan Peneliti Pemula Bidang Ilmu-ilmu Sosial, Pendidikan, dan Humaniora*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Djakfar Muhammad. 2008. *Etika Bisnis Islam*. Malang: UIN Malang Press.
- Departemen Agama RI, *Al-qur'an dan Terjemahnya dengan Transliterasi Arab*. 1998. Semarang: PT. Karya Toha Putra.
- Departemen pendidikan nasional. 2008. *Kamus Bahasa Indonesia Pusat Bahasa edisi 4*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Etika Bisnis dalam Perspektif Islam. <https://media.neliti.com/media/publications/24402-ID-etika-bisnis-dalam-perspektif-islam.pdf> (diakses tanggal 15 Juni 2017).

Faqih, *Program Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*, <https://faqih04756.wordpress.com/2014/09/25/program-meningkatkan-loyalitas-pelanggan/> (diakses 2 Agustus 2017). Gerson, Richard F. 2002. *Mengukur Kualitas Pelanggan*. Jakarta: PMM.

Hadikusuma, Hilmah. 1995. *Metode Pembuatan Kertas Kerja Atau Skripsi Ilmu Hukum*. Bandung: Alfabeta.

Harahap, Sofyan S. 2011. *Etika dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Bumi Aksara.

IndiHome Fiber, Internet Cepat, Internet Indonesia, Internet Rumah, Fixed Broadband, Internet Rumah Cepat. <https://indihome.co.id/>, (diakses tanggal 14 Juni 2017).

Jusmaliani. 2008. *Bisnis Berbasis Syariah*. Jakarta: Bumi Aksara.

Irfan, Islamy M. 2003. *Prinsip-Prinsip Perumusan Kebijakan Negara*. Jakarta: Bumi Aksara.

Kadir, A. 2010. *Hukum Bisnis Syariah dalam Al-Qur'an*. Jakarta: AMZAH.

Kasmir. 2011. *Etika Customer Service*. Jakarta: Rajawali Pers.

Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.

Moenir. 2005. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.

Moleong, Lexy J. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Muhammad. 2004. *Etika Bisnis Islam*. Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN.

Prasetyo, Budi, *Telkom Sediakan 100 Wifi Corner*, <http://www.tribunnews.com/regional/2014/09/11/telkom-sediakan-100-wifi-corner>, (diakses tanggal 15 Juni 2017).

Prinsip-Prinsip Dasar Dalam Etika Bisnis Islam. <http://zonaekis.com/prinsip-prinsip-dasar-dalam-etika-bisnis-islam> (diakses tanggal 10 Juni 2016).

Purwanto Djoko. 2006. *Komunikasi Bisnis, edisi 3*. Jakarta: Erlangga.

- Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia, edisi 4*. 2008. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, Freddy. 2002. *Riset Pemasaran*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Ratminto, Atik Septi dan Winarsih. 2007. *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Rijal, 6 Dampak Positif dan Negatif Internet Bagi Anak, <http://www.rijal09.com/2016/12/6-dampak-positif-dan-negatif-internet-bagi-anak.html> (diakses tanggal 17 Juli 2017).
- Rivai, Veithzal, Amiur Nuruddin, dan Faisar Ananda Arfa. 2012. *Islamic Business And Economis Ethics (Mengacu Pada Alqur'an Dan Mengikuti Jejak Rasulullah SAW Dalam Bisnis, Keuangan, dan Ekonomi)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Yassaroh, Yulia Sabilla. 2015. *Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Kualitas Pelayanan (Studi PT. Bosowa Berlian Motor Cabang Parepare)* Skripsi Sarjana: Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam STAIN: Parepare.
- Sampara Lukman. 2000. *Manajemen Kualitas Pelayanan*. Jakarta: STIA LAN Press.
- Sinambela, Lijan Poltak. 2010. *Reformasi Pelayanan Publik Teori, Kebijakan, dan Implementasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Solihin, Ismail. 2009. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Gelora Aksara Pratama.
- Sulaiman Muhammad dan Zakaria Aizuddinnur. 2010. Jakarta: Hikmah.
- Suryana. 2006. *Kewirausahaan, Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat.
- Tjiptono Fandy. *Manajemen Jasa*. 2000. Yogyakarta: Andi Offset
- _____. 2004. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia.
- _____. 2010. *Strategi Pemasaran, edisi 2*. Yogyakarta: Andi Offset.
- _____. 2011. *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta: Andi Offset.
- _____. 2012. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima, edisi 2*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tim Penyusun. 2013. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah (Makalah dan Skripsi)*, edisi revisi. Parepare: STAIN Parepare.
- Velasquez, Manuel G. 2005. *Etika Bisnis, Konsep dan Kasus, edisi 5*. Yogyakarta: Andi.

LAMPIRAN





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI (STAIN) PAREPARE

Alamat : JL. Amal Bhakti No. 08 Soreang Kota Parepare ☎ (0421)21307 📠 (0421) 24404
Website : www.stainparepare.ac.id Email: email.stainparepare.ac.id

nomor : B-1188.1/Stl.08/PP.00.9/04/2017
lampiran : -
sifat : Izin Melaksanakan Penelitian

Kepada Yth.
Kepala Daerah KOTA PAREPARE
Cq. Badan Perencanaan Pembangunan Daerah
di
KOTA PAREPARE

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI (STAIN) PAREPARE :

Nama : AJENG KARTINIA
Tempat/Tgl. Lahir : PAREPARE, 21 April 1995
NIM : 13.2200.062
Jurusan / Program Studi : Syari'ah dan Ekonomi Islam / Muamalah
Semester : VIII (Delapan)
Alamat : JL. KEBUN SAYUR NO. 50, KEL. UJUNG LARE, KEC. SOREANG, KOTA PAREPARE

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah **KOTA PAREPARE** dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :

"ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PENGGUNA JASA INTERNET PADA PLASA TELKOM GROUP PAREPARE PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM"

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada bulan **April** sampai selesai.

Sehubungan dengan hal tersebut diharapkan kiranya yang bersangkutan diberi izin dan dukungan seperlunya.

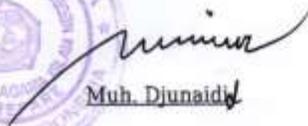
Terima kasih,

28 April 2017

A.n Ketua

Wakil Ketua Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga (APL)




Muh. Djunaidi



PEMERINTAH KOTA PAREPARE
BADAN PERENCANAAN PEMBANGUNAN DAERAH
Jln. Jend. Sudirman Nomor 76, Telp. (0421) 25250, Fax (0421)26111, Kode Pos 91122
Email : bappeda@pareparekota.go.id; Website : www.bappeda.pareparekota.go.id
PAREPARE

Parepare, 23 Mei 2017

Nomor : 050 / 657 / Bappeda
Lampiran : --
Perihal : **Izin Penelitian**

Kepada
Yth. Pimpinan Plasa Telkom Group Parepare
Di - **Parepare**

DASAR :

1. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi.
2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 20 Tahun 2011 tentang Pedoman Penelitian dan Pengembangan di Lingkungan Kementerian Dalam Negeri dan Pemerintah Daerah.
3. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 279/17 Tahun 2016 tentang Pedoman Penelitian dan Pengembangan di Kementerian Dalam Negeri dan Pemerintah Daerah.
4. Peraturan Daerah No. 8 Tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah.
5. Surat Ketua Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga (APL) STAIN Parepare, Nomor : B 1188.1/Sti.08/PP.00.9/04/2017 tanggal 28 April 2017 Perihal Izin Melaksanakan Penelitian.

Setelah memperhatikan hal tersebut, maka pada perinsipnya Pemerintah Kota Parepare (Cq. Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Daerah kota Parepare) dapat memberikan **Izin Penelitian** kepada :

N a m a : AJENG KARTINI, A
Tempat/Tgl. Lahir : Parepare, 21 April 1995
Jenis Kelamin : Perempuan
Pekerjaan : Mahasiswi
A l a m a t : Jl. Kebun Sayur No. 50 Kota Parepare

Bermaksud untuk melakukan **Penelitian/Wawancara** di Kota Parepare dengan judul :
"ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PENGGUNA JASA INTERNET PADA PLASA TELKOM GROUP PAREPARE PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM"

Selama : Tmt. 23 Mei s.d. 23 Juni 2017
Pengikut/Peserta : Tidak Ada

Sehubungan dengan hal tersebut pada prinsipnya kami **menyetujui** kegiatan dimaksud dengan ketentuan :

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan harus melaporkan diri kepada Instansi/Perangkat Daerah yang bersangkutan.
2. Pengambilan Data/ Penelitian tidak menyimpang dari masalah yang telah diizinkan dan semata-mata untuk kepentingan Ilmiah.
3. Mentaati ketentuan Peraturan Perundang-undangan yang berlaku dengan mengutamakan sikap sopan santun dan mengindahkan Adat Istiadat setempat.
4. Setelah melaksanakan kegiatan Penelitian agar melaporkan hasilnya kepada Walikota Parepare (Cq. Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kota Parepare)
5. Menyerahkan 1 (satu) berkas Foto Copy hasil "**Penelitian**" kepada Pemerintah Kota Parepare (Cq. Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kota Parepare).
6. Kepada Instansi yang dihubungi mohon memberikan bantuan.
7. Surat Izin akan dicabut kembali dan dinyatakan tidak berlaku, apabila ternyata pemegang Surat Izin tidak mentaati ketentuan-ketentuan tersebut di atas.

Demikian izin penelitian ini diberikan untuk dilaksanakan sesuai ketentuan berlaku.



U.M.A.R.S., Pd., M.Pd.
Pangkat Pembina Tk. I
Nip. 19590604 197903 1 003

TEMBUSAN : Kepada Yth.

1. Gubernur Provinsi Sulawesi Selatan Cq. Kepala BKB Sulsel di Makassar
2. Walikota Parepare di Parepare
3. Ketua Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga (APL) STAIN Parepare di Parepare
4. Saudara AJENG KARTINI, A
5. Arsip.



PLASA TELKOM GROUP PAREPARE

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Kami yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : MAHMUD
Jabatan : JM Costumer Care Parepare
Alamat Kantor : Jl. Bau Massepe No. 262 Parepare

Dengan ini menyatakan bahwa :

Nama : AJENG KARTINI, A
NIM : 13.2200.062
Asal Perguruan Tinggi : STAIN PAREPARE
Program Studi : Syariah dan Ekonomi Islam/Muamalah
Alamat : Jl. Kebun Sayur No. 50

Benar telah melakukan PENELITIAN SKRIPSI di Kantor Plasa Telkom Group Parepare sejak Tanggal 23 Mei s.d 23 Juni 2017. Demikian kami sampaikan, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Parepare, 20 Juni 2017

JM Costumer Care Parepare


Telkom
Indonesia
Mahmud

NIK: 631849

PEDOMAN WAWANCARA

Wawancara ini bertujuan untuk mengambil data terkait dengan judul “Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Internet Pada Plasa Telkom Group Parepare” yang peneliti teliti. Data yang ditemukan tidak bermaksud untuk merugikan pihak manapun. Berikut pertanyaan-pertanyaan yang diajukan untuk Kantor Plasa Telkom Group Parepare:

- 1 Bagaimana bentuk-bentuk pelayanan pada Plasa Telkom Group Parepare dalam melayani pengguna jasa internet.
- 2 Produk internet apa saja yang banyak diminati oleh pengguna jasa.
- 3 Apa saja keluhan-keluhan pengguna jasa internet terhadap pelayanan Plasa Telkom Group Parepare yang anda tangani.
- 4 Bagaimana pelayanan dalam menangani keluhan pengguna jasa internet.
- 5 Bagaimana respon pengguna jasa internet terhadap pelayanan anda dalam menangani keluhan Pengguna jasa mengenai pelayanan di Plasa Telkom Group Parepare.
- 6 Bagaimana prosedur yang diterapkan oleh anda sebagai pihak Plasa Telkom Group Parepare mengenai pelayanan pengguna jasa internet.
- 7 Bagaimana implikasi layanan pengguna jasa internet pada Plasa Telkom Group Parepare.
- 8 Faktor apa saja yang mempengaruhi kualitas pelayanan pengguna jasa internet pada Plasa Telkom Group Parepare.
- 9 Bagaimana saran dan pandangan anda sebagai pihak Plasa Telkom Group Parepare terhadap kualitas pelayanan pengguna jasa internet pada Plasa Telkom Group Parepare.

WAWANCARA PENELITIAN

Saya yang menjawab pertanyaan dibawah ini terkait wawancara yang dilakukan oleh saudari Ajeng Kartini, A mahasiswa STAIN Parepare. Kepada saya.

Nama : MUH. SYAFAR
 Alamat : Jl. Bau Masepe NO. 177.
 Umur : 52 THN
 Pekerjaan : Koordinator pengamanan plasa Telkom

Pertanyaan:

1. Bagaimana bentuk-bentuk pelayanan pada Plasa Telkom Group Parepare dalam melayani pengguna jasa internet?
2. Produk internet apa saja yang banyak diminati oleh pengguna jasa?
3. Apa saja keluhan-keluhan pengguna jasa internet terhadap pelayanan Plasa Telkom Group Parepare yang anda tangani?
4. Bagaimana pelayanan dalam menangani keluhan pengguna jasa internet?
5. Bagaimana respon pengguna jasa internet terhadap pelayanan anda dalam menangani keluhan Pengguna jasa mengenai pelayanan di Plasa Telkom Group Parepare?
6. Bagaimana prosedur yang diterapkan oleh anda sebagai pihak Plasa Telkom Group Parepare mengenai pelayanan pengguna jasa internet?
7. Bagaimana implikasi layanan pengguna jasa internet pada Plasa Telkom Group Parepare?
8. Faktor apa saja yang mempengaruhi kualitas pelayanan pengguna jasa internet pada Plasa Telkom Group Parepare?
9. Bagaimana saran dan pandangan anda sebagai pihak Plasa Telkom Group Parepare terhadap kualitas pelayanan pengguna jasa internet pada Plasa Telkom Group Parepare?

Parepare, 05 Juni 2017

Yang diwawancarai,


 (M. SYAFAR)

WAWANCARA PENELITIAN

Saya yang menjawab pertanyaan dibawah ini terkait wawancara yang dilakukan oleh saudari Ajeng Kartini, A mahasiswa STAIN Parepare. Kepada saya.

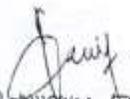
Nama : DEWI MUSTIKA SARI
 Alamat : Jl. KESUMA NO 02
 Umur : 21 Tahun.
 Pekerjaan : Karyawan Swasta.

Pertanyaan:

1. Bagaimana bentuk-bentuk pelayanan pada Plasa Telkom Group Parepare dalam melayani pengguna jasa internet?
2. Produk internet apa saja yang banyak diminati oleh pengguna jasa?
3. Apa saja keluhan-keluhan pengguna jasa internet terhadap pelayanan Plasa Telkom Group Parepare yang anda tangani?
4. Bagaimana pelayanan dalam menangani keluhan pengguna jasa internet?
5. Bagaimana respon pengguna jasa internet terhadap pelayanan anda dalam menangani keluhan pengguna jasa mengenai pelayanan di Plasa Telkom Group Parepare?
6. Bagaimana prosedur yang diterapkan oleh anda sebagai pihak Plasa Telkom Group Parepare mengenai pelayanan pengguna jasa internet?
7. Bagaimana implikasi layanan pengguna jasa internet pada Plasa Telkom Group Parepare?
8. Faktor apa saja yang mempengaruhi kualitas pelayanan pengguna jasa internet pada Plasa Telkom Group Parepare?
9. Bagaimana saran dan pandangan anda sebagai pihak Plasa Telkom Group Parepare terhadap kualitas pelayanan pengguna jasa internet pada Plasa Telkom Group Parepare?

Parepare, 05 Juni 2017

Yang diwawancarai,


 (DEWI MUSTIKA SARI)

PEDOMAN WAWANCARA

Wawancara ini bertujuan untuk mengambil data terkait dengan judul “Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Internet Pada Plasa Telkom Group Parepare” yang peneliti teliti. Data yang ditemukan tidak bermaksud untuk merugikan pihak manapun. Berikut pertanyaan-pertanyaan yang diajukan untuk Pengguna Jasa Internet Plasa Telkom Group Parepare:

- 1 Apakah anda sebagai pengguna jasa internet pernah mendapatkan pelayanan dari Plasa Telkom Group Parepare.
- 2 Pelayanan seperti apa saja yang pernah anda terima di Plasa Telkom Group Parepare.
- 3 Produk internet apa saja yang anda minati di Plasa Telkom Group Parepare.
- 4 Apakah syarat-syarat yang telah ditentukan oleh pihak Plasa Telkom Group Parepare untuk menjadi pengguna jasa internet.
- 5 Bagaimana respon anda sebagai pengguna jasa internet terhadap pelayanan yang diberikan oleh pihak Plasa Telkom Group Parepare.
- 6 Keluhan seperti apa saja yang pernah anda alami selama menggunakan produk dari Plasa Telkom Group Parapere.
- 7 Apakah anda merasa puas sebagai pengguna jasa internet terhadap layanan yang diberikan oleh Plasa Telkom Group Parepare.
- 8 Bagaimana saran dan pandangan anda sebagai pengguna jasa internet terhadap pelayanan pada Plasa Telkom Group Parepare agar kualitas pelayanannya lebih baik lagi kedepannya.

WAWANCARA PENELITIAN

Saya yang menjawab pertanyaan dibawah ini terkait wawancara yang dilakukan oleh saudari Ajeng Kartini, A mahasiswa STAIN Parepare kepada saya.

Nama : NUR-HARIGA

Alamat : LAPADDE

Umur : 18 TAHUN

Pekerjaan : Mahasiswa (UMPAR)

Pertanyaan:

1. Apakah anda sebagai pengguna jasa internet pernah mendapatkan pelayanan dari Plasa Telkom Group Parepare?
2. Pelayanan seperti apa saja yang pernah anda terima di Plasa Telkom Group Parepare?
3. Produk internet apa saja yang anda minati di Plasa Telkom Group Parepare?
4. Apakah syarat-syarat yang telah ditentukan oleh pihak Plasa Telkom Group Parepare untuk menjadi pengguna jasa internet?
5. Bagaimana respon anda sebagai pengguna jasa internet terhadap pelayanan yang diberikan oleh pihak Plasa Telkom Group Parepare?
6. Keluhan seperti apa saja yang pernah anda alami selama menggunakan produk dari Plasa Telkom Group Parapere?
7. Apakah anda merasa puas sebagai pengguna jasa internet terhadap layanan yang diberikan oleh Plasa Telkom Group Parepare?
8. Bagaimana saran dan pandangan anda sebagai pengguna jasa internet terhadap pelayanan pada Plasa Telkom Group Parepare agar kualitas pelayanannya lebih baik lagi kedepannya?

Parepare, 5 Juni 2017

Yang diwawancarai,

Nur H.
(.....NURHAPISA.....)

WAWANCARA PENELITIAN

Saya yang menjawab pertanyaan dibawah ini terkait wawancara yang dilakukan oleh saudari Ajeng Kartini, A mahasiswa STAIN Parepare kepada saya.

Nama : *FD. NURSIAH*

Alamat : *JL. ABILAW 68*

Umur : *45 th*

Pekerjaan : *URT*

Pertanyaan:

1. Apakah anda sebagai pengguna jasa internet pernah mendapatkan pelayanan dari Plasa Telkom Group Parepare?
2. Pelayanan seperti apa saja yang pernah anda terima di Plasa Telkom Group Parepare?
3. Produk internet apa saja yang anda minati di Plasa Telkom Group Parepare?
4. Apakah syarat-syarat yang telah ditentukan oleh pihak Plasa Telkom Group Parepare untuk menjadi pengguna jasa internet?
5. Bagaimana respon anda sebagai pengguna jasa internet terhadap pelayanan yang diberikan oleh pihak Plasa Telkom Group Parepare?
6. Keluhan seperti apa saja yang pernah anda alami selama menggunakan produk dari Plasa Telkom Group Parapere?
7. Apakah anda merasa puas sebagai pengguna jasa internet terhadap layanan yang diberikan oleh Plasa Telkom Group Parepare?
8. Bagaimana saran dan pandangan anda sebagai pengguna jasa internet terhadap pelayanan pada Plasa Telkom Group Parepare agar kualitas pelayanannya lebih baik lagi kedepannya?

Parepare, 7 Juni 2017

Yang diwawancarai,


 H. NURSI AH
 (.....)



LAMPIRAN 5

Gambaran Umum Lokasi Penelitian Di Kantor
Plasa Telkom Group Parepare



Gambaran Umum Lokasi Penelitian Di Kantor Plasa Telkom Group Parepare

PT. Telekomunikasi Indonesia adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang menyediakan layanan telekomunikasi dan jaringan terbesar di Indonesia. Telkom sendiri menyediakan tiga layanan khususnya di Kota Parepare. Kota parepare adalah sebuah Kota di provinsi Sulawesi Selatan, Indonesia. Layanan tersebut yang berada di Kota Parepare yakni Telkom bagian khusus jaringan beralamat Jl. Ganggawa No. 1 Parepare, kemudian Telkom bagian administrasi beralamat Jl. Andi Isa No. 7 Parepare dan Telkom bagian pelayanan atau disebut Plasa Telkom Group ini beralamat Jl. Bau Massepe No. 262 Parepare. Plasa Telkom Group ini bergerak dalam bidang pelayanan pengguna jasa internet. Kantor pusat Plasa Telkom Group ada dua alamat yang pertama beralamat Jl. Kebon Sirih No. 37 Jakarta Pusat Daerah Khusus Ibukota Jakarta dan kemudian beralamat Jl. Kramat Raya No. 160. Wisma Bakti Jakarta Pusat.

Adapun visi, misi, dan motto Plasa Telkom Group Parepare :

1. Visi Telkom: Be the king of digital in the region.
2. Misi Telkom: Lead Indonesia digital innovation and globalization.
3. Motto Telkom: Doing right since beginning.



LAMPIRAN 6

Foto Saat Wawancara dengan Karyawan Plasa Telkom Group Parepare dan wawancara dengan Pengguna Jasa Internet Plasa Telkom Group Parepare





FOTO WAWANCARA DENGAN PENGGUNA JASA INTERNET

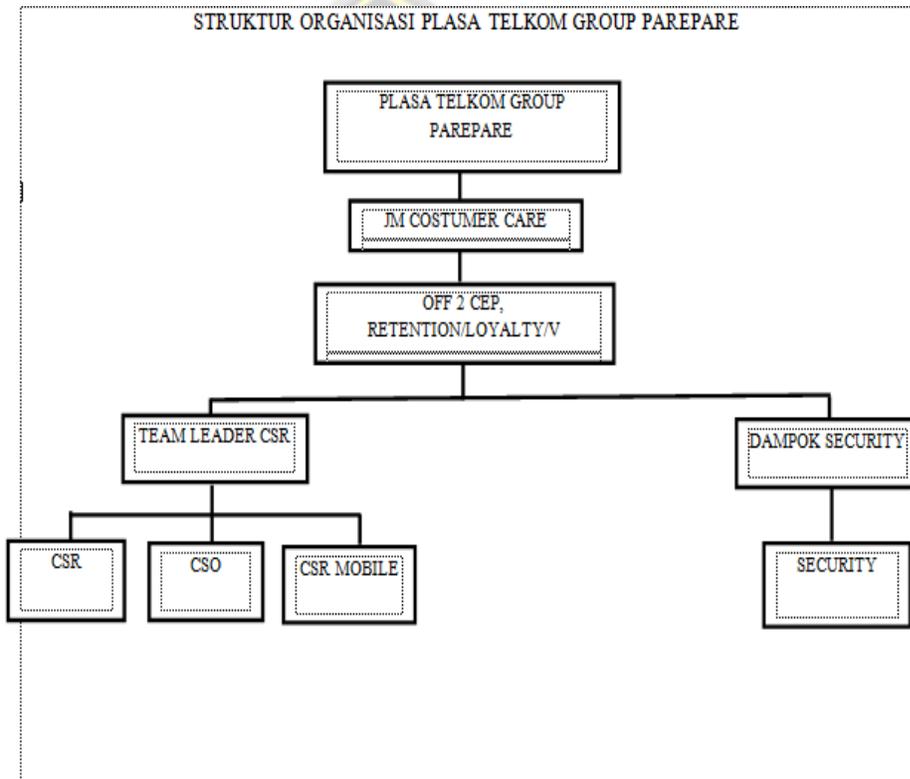


FOTO WAWANCARA DENGAN KARYAWAN PLASA TELKOM GROUP PAREPARE



LAMPIRAN 7

Struktur Organisasi Plasa Telkom Group
Parepare





LAMPIRAN 8
Riwayat Hidup Penulis

RIWAYAT HIDUP PENULIS



Ajeng Kartini. A, lahir di Kota Parepare, Sulawesi Selatan, pada tanggal 21 April 1995. Merupakan anak pertama (1) dari 2 bersaudara. Anak dari pasangan Bapak Alimuddin dan Ibu Hasnawiah. Penulis berkebangsaan Indonesia dan beragama Islam. Kini penulis beralamat di Jalan Kebun Sayur. No. 50, Kecamatan Soreang, Kota Parepare, Provinsi Sulawesi Selatan.

Adapun riwayat pendidikan penulis, yaitu pada tahun 2007 lulus dari SD Negeri 2 Parepare, dan pada tahun 2010 lulus dari SMP Negeri 2 Parepare, dan melanjutkan di Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Negeri 1 Parepare, dan lulus pada tahun 2013. Setelah itu melanjutkan kuliah di STAIN Parepare Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam, Program Studi Hukum Ekonomi Syariah (*Muamalah*). Pada pertengahan semester delapan (VIII) tahun 2017 penulis telah menyelesaikan Skripsi yang berjudul “*Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Internet Pada Plasa Telkom Group Parepare Perspektif Etika Bisnis Islam*”.