

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada masa sekarang ini dengan perkembangan zaman maka meningkat juga taraf kehidupan masyarakat yang dimana mempengaruhi pola konsumsi dan berbagai kebutuhan masyarakat, keadaan masyarakat yang dipengaruhi oleh lingkungan mereka seperti perubahan kebudayaan dan kecenderungan gaya hidup yang menyebabkan masyarakat mengubah sesuatu yang mereka inginkan menjadi kebutuhan harus ada dalam memenuhi kebutuhannya.

Kedai juga menjadi suatu tempat bersosialisasi pada berbagai kalangan masyarakat dimana tempat berkumpul bersama yang dimana pengunjung-pengunjungnya pun berasal dari latar belakang yang beragam mulai kalangan pengusaha, pegawai, mahasiswa bahkan komunitas-komunitas tertentu. Dampak yang terdapat pada masa sekarang yaitu perilaku gaya hidup moderen yang dimana semakin inovasi dan inovatif. Salah satunya yaitu bisnis usaha makanan dan minuman seperti restoran, kafeteria, coffe shop, dan berbagai tempat yang lainnya yang tidak terlepas dari adanya perubahan kultur gaya hidup masyarakat sekarang.

Kegiatan pemasaran selama ini tidak terlepas dari unsur persaingan. Tidak ada satu bisnis pun yang dapat leluasa menikmati penjualan dan keuntungan, karena akan ada persaingan yang akan turut ingin menikmatinya. Oleh karena itu, masalah persaingan mendapat perhatian dalam pemasaran¹. Salah satu produk jasa yang

¹ Eriza Yolanda Maldina, "Strategi Pemasaran Islami Dalam Meningkatkan Penjualan pada Butik Calista", Skripsi, (Palembang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah 2016), h.3.

merasakan persaingan perusahaan saat ini adalah bisnis kedai terkhususnya di Parepare.

Eksistensi Kedai di Parepare yang tercatat di Dinas Perdagangan ada 41 jumlah kedai di Kota Parepare, sehingga dengan banyaknya kedai di Kota Parepare menjadi tren yang dikalangan remaja telah menjadi kultural gaya hidup dimana remaja yang ingin menjadikan tempat kumpul bersama teman-teman mereka menjadi kedai salah satu tempat tersebut, suasana kedai juga menjadi penunjang bisnis untuk menarik pelanggan seperti desain, lokasi, dan pemandangan yang dapat membuat pelanggan merasa betah di cafe tersebut.

Konsumen membentuk harapan terhadap pelayanan terhadap suatu produk dan jasa berdasarkan pengalaman yang telah berlalu sebelumnya, dan pada dasarnya konsumen membandingkan antara pelayanan yang dipersiapkan dan pelayanan yang diharapkan, dan jika seandainya pelayanan yang dipersiapkan atau diperoleh berada di bawah pelayanan yang diharapkan, maka konsumen akan menjadi kecewa.²

Masing – masing kedai memiliki strategi untuk menyenangkan pelanggan dan dapat bertahan di tengah ketatnya persaingan. Seperti halnya dalam berbisnis ritel, suatu perusahaan harus mampu menciptakan strategi diferensiasi dengan memiliki citra khusus di mata konsumen. Para peritel yang sejenis sering dihadapkan pada persaingan produk baik barang maupun jasa antar pesaing, sehingga hal tersebut menimbulkan persaingan dibidang pemasarannya pula. Jadi untuk menghadapi persaingan dalam bidang pemasaran yang semakin ketat, sangat penting bagi peritel mengembangkan keunggulan kompetitif berkelanjutan. Dalam menjalankan bisnis,

² Adisaputro, Gunawan. 2010. “Manajemen Pemasaran (Analisis Untuk Perancangan Strategi Pemasaran)”. (Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN: Yogyakarta.),h. 34.

pelaku usaha harus selalu mengamati perubahan perilaku pelanggan sehingga dapat mengantisipasi perubahan perilaku pelanggan tersebut.

Strategi dalam mempertahankan pelanggan, perusahaan harus dapat memberikan pelayanan yang maksimal dalam memuaskan pelanggannya. Loyalitas pelanggan dapat terjadi apabila harapan benar-benar terwujud demikian pula sebaliknya, jika pelanggan merasa puas, maka mereka akan kembali membeli produk kita dan membicarakan hal tersebut kepada orang lain secara menguntungkan. Salah satu strategi usaha untuk mempertahankan pelanggan yaitu dengan memperbaiki kualitas pelayanan. Kualitas layanan adalah salah satu kunci sukses agar dapat bertahan pada kondisi persaingan yang semakin ketat. Sehingga perusahaan harus mampu memberikan layanan sesuai dengan keinginan konsumen serta dapat memuaskan konsumennya. Kualitas layanan merupakan unsur penting dalam hal loyalitas konsumen, variabel-variabel yang termasuk di dalamnya adalah keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Pada dasarnya loyalitas konsumen sangat terpengaruh pada pelayanan yang diberikan oleh produsen.³

Kedai Kopi Macoa berada di Jalan Mattirotasi Parepare No.104 yang terletak di Pinggir Pantai Depan Masjid Nurul Yasin, dimulai sejak tahun 2017 oleh Muhammad Alif Rahman, beliau adalah pemilik Kedai Kopi Macoa yang memiliki keahlian dalam meracik kopi, beliau beberapa kali mengikuti pelatihan Barista yang biasanya diselenggarakan oleh pihak Dinas Tenaga Kerja, dan beberapa pelatihan yang diselenggarakan oleh pihak lainnya, Kedai Macoa buka pada sore hari dan dalam sehari jumlah pengunjung atau pembeli sekitaran 40-60 orang jikalau hari ahad

³ Muhammad Rizal Afandi, Trias Setyowati dan Nur Saidah, jurnal : “Dampak Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan Pada Dira Cafe & Pool Pontang Ambulu Jember” (Universitas Muhammadiyah Jember, 2019),h. 24

atau hari libur lainnya, rata-rata pendapatan perhari beragam yang sekitaran Rp.500.000 – Rp.700.000. Disamping hal tersebut penyedia kedai juga memperhatikan landasan-landasan agama yang tidak bertentangan dengan Ekonomi Islam ketika menjalankan kedai ada malam hari, disebabkan terlalu lama dicafe pada malam hari membuat seseorang melakukan perbuatan sia-sia.

Salah satu tujuan esensial penegakan etika dalam bisnis adalah agar seluruh perusahaan memahami dengan baik bagaimana berbisnis sebenarnya bukan hanya berorientasi pada profit semata.⁴ Sebagaimana bisnis tidak terpisah dari etika dikarenakan bisnis tidak bebas nilai dan bisnis merupakan bagian dari sistem sosial.⁵ Islam mengkombinasikan nilai-nilai spritual dan meterial dalam kesatuan yang seimbang. Tetapi persoalan kemudian bahwa konsep meterialistis yang berkembang di alam moderen sekarang ini telah membawa manusia pada kondisi dimana nilai-nilai spiritual telah dipinggirkan.⁶

Mengatasi masalah ekonomi tersebut, Islam sebagai suatu agama yang diyaini oleh umat muslim memberikan solusi terbaik. Karena dalam prakteknya tidak akan pernah terlepas antara ekonomi dan akhlak dalam ajaran Islam. Oleh sebab itu, pelaku bisnis itu haruslah menanamkan nilai-nilai akhlaki.⁷ Persaingan bisnis di era yang semakin ketat seperti sekarang ini, strategi pemasaran yang berorientasi pada kepuasan pelanggan di kedai merupakan hal yang sangat penting. Pelanggan yang tidak puas akan berakibat pada beralihnya pelanggan tersebut ke kedai yang lain. Selain itu, kepuasan pelanggan dalam jangka panjang dapat menciptakan loyalitas

⁴ Irham Fahmi, *Manajemen Strategi* (Bandung: Alfabeta, 2013), h.280.

⁵ Muhammad dan Lukman Fauroni, *Visi al-Quran tentang Etika dan Bisnis* (Jakarta: salemba Diniyah, 2002), h.102.

⁶ Faisal Badoen, *Etika Bisnis dalam Islam* (Jakarta: Kencana, 2006),h.3-5.

⁷ Muhammad Djakfar, “Agama, Etika, dan Ekonomi (Wacana Menuju Pengembangan Ekonomi Rabbaniyah): (Malang: UIN Malang Press, 2007), h.128-129.

pelanggan terhadap kedai, yang dimana tetap mengutamakan unsur-unsur yang tidak bertentangan dengan Etika Bisnis Islam.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan di atas, maka pokok masalah adalah Bagaimana Strategi Pelayanan dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan pada Kedai Macoa Parepare ?

Pokok permasalahan tersebut akan dirinci menjadi sub masalah, dan setiap sub masalah akan di analisis berdasarkan Etika Bisnis Islam. Sub-sub masalah yang dimaksud adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana indikator strategi pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di Kedai Macoa Parepare ?
2. Bagaimana upaya-upaya yang dilakukan Kedai Macoa Parepare dalam meningkatkan kepuasan pelanggan ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dijelaskan diatas, maka dapat ditentukan tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui indikator strategi pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di Kedai Macoa Parepare.
2. Untuk mengetahui upaya-upaya yang dilakukan Kedai Macoa Parepare dalam meningkatkan kepuasan pelanggan

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dalam wirausaha cafe dan kedai untuk mengetahui strategi pelayanan dalam konsep Etika Bisnis Islam, dan konsep-konsep menghadapi pelanggan.

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi Kedai Maccoa Parepare

Memperoleh masukan, saran, serta informasi yang disusun oleh peneliti sehingga menjadi bahan acuan untuk menentukan strategi kedepannya.

b. Bagi Pelanggan

Memberikan saranan dakwah untuk tidak berlarut-ralut hingga mengerjakan perbuatan yang sia-sia ketika sudah keasyikan hingga lupa waktu untuk pulang.

c. Bagi Peneliti

Sebagai bahan ilmiah dari teori yang didapat sehingga dapat diimplementasikan dilapangan, disebabkan juga membantu teman dalam hal ini pemilik kedai untuk menyusun strategi ditengah luasnya persaingan bisnis kedai dan café dalam upaya meningkatkan kemampuan analisis, pengamatan dan penangkapan ide secara ilmiah terhadap masalah yang ada.