

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Indikator-Indikator Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Di Kedai Macoa Parepare

Peneliti menjadikan Teori Strategi Menurut Fandy Tjiptono sebagai acuan dalam penelitian ini, Kualitas layanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan, yang dimana meliputi elemen kualitas pelayanan pelanggan, yaitu Bukti Langsung *Tangible*, Keandalan *Realibility*, Daya Tanggap *Responsiveness*, Jaminan *Assurance*, Kepedulian *Empaty*,¹ Serta ditinjau berdasarkan analisis Etika Bisnis Islam.

1. Bukti Langsung (*Tangible*)

Bukti langsung merupakan fasilitas dan perlengkapan karyawan dan sarana komunikasi. Hal ini bisa ditunjukkan sebagai penampilan dan kenyamanan ruangan, sarana pransana, hingga penampilan karyawan, sebagai bahan pertimbangan pembeli dalam memilih produk, seperti wawancara peneliti dengan Alif Rahman selaku pemilik usaha Kedai Kopi Macoa:²

“Kita disini tidak mengharuskan memakai pakaian tertentu didalam memberikan pelayanan kepada pembeli, yang penting rapi dan pakaian yang santun saja sudah cukupmi, supaya si pembeli enak juga narasa kesannya ketika pertama kali datang, terlebih lagi yang jadi pekerja di kedai ini laki-laki, kan biasanya perempuan itu yang melayani, jadi makanya cukup pakai pakain yang sopan dan rapi ituji.”³

¹ Frandy Tjiptono, *Prinsip-Prinsip Total Cuality Service*, (Yogyakarta: 2001),Cet.2,hal.14.

² Hesel Nogi, *Manejemen Publik*, (Jakarta: Grasindo, 2005), hal.217.

³ Muhammad Alif Rahman, Pemilik Kedai Macoa, *wawancara* di Kedai Macoa Parepare, 15 Mei 2021.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, penulis melihat bahwa etika dalam berpakaian diimplementasikan di Kedai Macoa, ini sebagai upaya agar konsumen merasa nyaman ketika berinteraksi dengan pelayan.

Kenyaman ruangan juga diperhatikan dalam menunjang dalam upaya memberikan kepuasan kepada konsumen, hal ini guna mengikat konsumen lama untuk tetap menjadi pelanggan di Kedai Kopi Macoa, seperti wawancara peneliti dengan Alif Rahman, bahwa:

“Fasilitas disini Alhamdulillah lengkapji, untuk kenyamanan yang diberikan pembeli dia bebas mau bagaimana modelnya ketika didalam mi asal tidak ribut, karena kalau ribut mi kadang mengganggu pembeli yang lain, yang kadang mereka datang membeli kopi untuk rapat ataupun mengerjakan sesuatu yang kerjaan misalnya dari luar ke kedai untuk nakerja, ohh kecuali AC, kita disini tidak pakai AC kah dipikir i, buka ki jam 4 sore, lokasi juga di bibir pantai, apalagi kalau malam mi jadi di pertimbakan i yang mau dibeli, terlebih lagi pembeli yang datang disini tidak na keluhkan ji masalah kenapa nda pakai AC, karena dinginnya disini dingin alami.”⁴

Berdasarkan hasil wawancara tersebut Kedai Kopi Macoa memperhatikan beberapa fasilitas yang membuat nyaman konsumen sehingga konsumen merasa puas ketika berkunjung ke Kedai Kopi Macoa Parepare.

Pernyataan yang sama juga disampaikan kepada Irfan selaku Barista di Kedai Kopi Macoa Parepare, Irfan mengatakan bahwa:

“Iya, disini lengkap ji bahkan jika mau ada beberapa yang minta di ajari bikin kopi susu yang manual, kami ajari mulai dari mentakar biji kopi, grind, hingga takaran susu yang di tuangkan di kopi.”⁵

Dari wawancara dengan Irfan selaku barista di Kedai Kopi Macoa Parepare dapat disimpulkan bahwa pelayan sangat loyalitas dengan para pembeli, terbukti mereka juga mengajari cara membuat kopi yang benar tanpa ragu untuk membagi ilmu mereka.

⁴ Muhammad Alif Rahman, Pemilik Kedai Macoa, *wawancara* di Kedai Macoa Parepare, 15 Mei 2021

⁵ Irfan, Barista Kedai Kopi Macoa, *wawancara* di Kedai Macoa Parepare, 15 Mei 2021

Hal yang berkaitan juga disampaikan dengan Muhammad Alif Rahman bahwa:

“Yang kita perhatikan juga disini itu menu ta dek’, karena itu yang mereka cari disini, itu yang mereka pesan jadi harus bagus kuliatasnya, seperti kopi yang saya datangkan itu ada dari berbagai daerah, seperti pinrang, enrekan, dan toraja, kami punya pemasoknya sendiri, dan biasanya saya ambil 2kg per varian biji kopi, karena jika kuambil langsung 10kg, kan bijinya tinggal dulu sebelum dioalah menjadi kopi, nah disitu kadang merusak biji kopi tersebut, bahkan seperti cream milk jika sudah dibuka harus dihabiskan itu malam juga, dan kalau pun ada sisanya pasti kita buang walaupun sisanya masih banyak, karena cream milk jika sudah dibuka itu rasanya beerbda kalau sudah bermalam, walaupun kita taruh di kulkas dan kita tutup rapat, pasti rasanya berbeda, seperti kalau basi.”⁶

Salah satu faktor penting dalam hal ini untuk membuat rasa kepuasan dalam pelanggan dalam konteks bukti langsung yaitu kualitas jasa, di kualitas jasa inilah yang banyak mempunya pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dari wawancara yang dilakukan peneliti menyimpulkan tidak memiliki kaitan dengan Analisis Etika Bisnis Islam, tetapi pemasaran dapat meningkatkan kualitas jasa dengan mengembangkan loyalitas penggunanya. Produk dengan kualias rendah pasti akan menanggung juga pelanggan yang tidak setia, ketika kualitas diperhatikan ini dapat memperkuat periklanan yang intensif, sehingga loyalitas pelanggan akan lebih mudah didapatkan.⁷

2. Keandalan (*Realibility*)

Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan, kemampuan memecahkan masalah dan kemampuan untuk meminimumkan kesalahan.

⁶ Muhammad Alif Rahman, Pemilik dan Barista Kedai Kopi Macoa, *wawancara* di Kedai Macoa Parepare, 15 Mei 2021

⁷ Shellyana J. dan Basu S.D, *Pengaruh Ketidakpuasan pengguna, Karakteristik Kategori Produk, dan Kebutuhan Mencari Variasi terhadap Keputusan Perpindahan Merek*, (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia, 2002),Vol.17,No.1,h.91-104.

Tuntutan keandalan pegawai dalam memberikan pelayanan yang cepat, tepat mudah dan lancar menjadi syarat penilaian bagi orang yang dilayani dalam memperlihatkan aktualisasi kerja pegawai dalam memahami lingkup hidup dan uraian kerja yang menjadi perhatian dan fokus dari setiap pegawai dalam memberikan pelayanannya. Inti pelayanan adalah setiap pegawai memiliki kemampuan yang andal, mengetahui seluk-beluk prosedur kerja, mekanisme kerja, memperbaiki berbagai kekurangan atau penyimpangan yang tidak sesuai dengan prosedur yang ditunjukkan, sehingga dapat dimengerti oleh para pelanggan, seperti wawancara peneliti dengan Muhammad Alif Rahman bahwa:

“Kalau masalah kinerja dan ketepatan waktu disini baik ji, apalagi kalau yang dia pesan kopi susu karena disini ada mesin otomatis buat kopi susu, kecuali kalau yang pelanggan pesan *coffe* dan *noncoffe* mungkin tidak secepat kopi susu karena tidak otomatis, sama juga dengan ketika pelanggan pesan makanan, ketika pelanggan tiba-tiba ramai pesan untuk adaji kadir yang beralih tugas, kadang dia yang membuat makanan kalau tiba-tiba ramai pelanggan, intinya saling menutupi kalau ada yang kurang begitu sodara.”⁸

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik kedai Kopi Macoa Parepare dapat dipahami bahwa keadaan ketika ramainya pelanggan di Kedai Kopi Macoa Parepare dapat diatasi dengan saling membantu Barista ketika barista tersebut juga sibuk membuat minuman, yang walaupun bukan tanggung jawabnya tapi hal ini memberikan kesan saling pengertian ketika sedang berkerja.

Hal ini juga dinyatakan oleh Kadir selaku pelayan sekaligus pembersih di Kedai Macoa Parepare, dalam hasil wawancara dengan Kadir bahwa:

“Oh saling mengerti saja, kah tidak mungkin Alif, hamzah, dan Irfan sibuk baru kita itu ji tugasta baruki bekerja, karena sering memang ramai apalagi kalau malam ahad mi banyak yang datang teman-temannya Alif na bawa keluarganya, sampai yang punya club atau organisasi mereka sering keseni.”⁹

⁸ Muhammad Alif Rahman, Pemilik Kedai Macoa *wawancara* di Kedai Macoa Parepare, 15 Mei 2021

⁹ Kadir, Pelayan dan Pembersih Kedai Macoa, *wawancara* di Kedai Macoa Parepare, 15 Mei 2021

Dari hasil wawancara dengan kadir selaku pelayan dan juga pembersih-bersih di Kedai Macoa Parepare, ini dapat dipahami bahwa sifat bahu-membahu ketika dalam kesusahan atau kesibukan para pekerja yang ada di Kedai Macoa Parepare, yang dimana dengan pengamatan peneliti ketika berada dilokasi penelitian adanya komunitas, atau organisasi seperti organisasi sima'tana, komunitas panorama alam, hingga ormas-ormas yang ada mereka memberikan pelayanan yang baik jadi secara tidak langsung hal tersebut dapat memberikan kepuasan konsumen dengan Keandalan para pekerja Kedai Kopi Macoa.

Adapun komunitas, atau organisasi yang menjalin hubungan baik dengan Kedai Macoa Parepare yaitu:

- Sima'tana
- Panorama alam
- Ormas Islam

Dalam hal ini memberikan keuntungan bagi Kedai Kopi Macoa dalam menghadapi persaingan bisnis di masa pandemi, hingga mampu bertahan dan tetap membuka kedai ketika dibatasinya jam malam pada Pemerintah Kota Parepare, adapun waktu mereka kumpul bermacam-macam, ada yang janji untuk minum kopi atau sekedar kumpul hangat bersama rekan-rekan se-komunitas, terjalinnya hubungan baik dapat membuka relasi dari komunitas-komunitas yang ada.

Hal ini juga disampaikan kepada peneliti dengan Muhammad Alif Rahman selaku pemilik Kedai Macoa Parepare bahwa:

“Dalam melayani pelanggan hingga memberikan rasa kepuasan itu tidak beda jauh dengan cara kalau baru berkenalan dengan orang, bedanya ini kita ranah bisnis jadi kita sambut, ajak ngobrol, atau memberikan kesan-kesan yang baik, disini saya dan teman-teman menikmati usaha ini sebab banyak teman, terlebih lagi adanya pekerja yang saya gaji membuat saya berpikir untuk menjadikan usaha ini karena Allah semata, bekerja untuk mendapat nilai ibadah dari Allah saja.”¹⁰

¹⁰ Muhammad Alif Rahman, Pemilik Kedai Macoa, wawancara di Kedai Macoa Parepare, 17 Mei 2021.

Hal ini juga disampaikan kepada Irfan, Barista Kedai Macoa bahwa:

“Sebenarnya dek ini pekerjaan sampinganku, saya kerja las juga, karena sore baru buka kedai jadi bisa saya ikut disini sambil menambah uang untuk kebutuhan orang dirumah, tapi walaupun ini cuman pekerjaan sampingan tapi tetap saya bekerja secara professional karena ada tanggung jawab disini, sama dengan Alif sampaikan kita bekerja supaya bernilai ibadah juga.”¹¹

Dari hasil wawancara peneliti tersebut dapat dinyatakan bahwa amanah adalah moral utama untuk terciptanya kepuasan pelanggan dari sisi pelayanan, karena amanat landasan moral dan etika dalam bermuamalah dan berinteraksi sosial.

Hal berbeda disampaikan Kadir, selaku pelayan di Kedai Macoa bahwa:

“Persoalannya kita disini dek, kadang ada pelanggan yang teriak-teriak kalau mereka bermain game online, main sama teman-temannya, nah itu belakangnya kedai kan rumah warga jadi kalau sampai tengah malam mi kan tidak enak kalau teriak-teriak mi sampai ribut, jadi kadang kita tanya baik, dikasih pengertian karena kalau di kasih bebas saja pelanggan, nanti mereka juga semena-mena mi dan hilang mi juga tanggung jawab kami disini sebagai yang bekerja di kedai tidak menegur pelanggan yang ribut kalau sudah masuk larut malam.”¹²

Dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan beberapa pekerja di Kedai Macoa disimpulkan bahwa mereka memiliki tanggung jawab masing-masing sesuai dengan tugas yang mereka pilih, dan menjadikan pekerjaan tersebut bernilai ibadah, sebab ada tanggung jawab yang mereka bebani dan menjadikan hal tersebut bukan suatu yang harus disepelekan.

Kegiatan pelayanan pada para pekerja tersebut berkaitan dengan Etika Bisnis Islam pada prinsip amanat. Amanat adalah kata yang pengertiannya luas mencakup segala hubungan. Konsisten dalam keimanan serta merawayatnya dengan faktor-faktor yang menyebabkan berkembang dan kekalnya adalah amanah, memurnikan ibadah kepada Allah adalah amanah, berinteraksi secara baik dengan perorangan dan

¹¹ Irfan, Barista Kedai Macoa, wawancara di Kedai Macoa Parepare, 17 Mei 2021.

¹² Kadir, Pelayan Kedai Macoa, wawancara di Kedai Macoa Parepare, 17 Mei 2021.

kelompok adalah amanah; dan memberikan setiap hak kepada pemiliknya adalah amanah.¹³

Bersamaan dalam hal ini prinsip amanah dalam etika bisnis Islam juga memiliki pokoknya tersendiri, yaitu amanat kerja profesional, Islam sebagai pedoman untuk membimbing hamba Allah *Shubahanahu wa ta'ala* dalam melaksanakan *ihsan* (perbuatan baik), dan *itqan* (sempurna) dalam beramal. Sebab yang kita kerjakan dapat bernilai ibadah di sisi Allah *Shubahanahu wa ta'ala*, seperti sabda Rasulullah *Shallallahu alaihi wa sallam* :

إِنَّ اللَّهَ كَتَبَ عَلَيْكُمُ الْإِحْسَانَ عَلَى كُلِّ شَيْءٍ

Artinya :

Sesungguhnya Allah telah mewajibkan kebaikan pada segala sesuatu (HR.Muslim).¹⁴

Dalam syariat Islam amanat adalah kepercayaan yang diberikan kepada Allah *Shubahanahu wa ta'ala*, kepada makhluknya. Amanat juga menjaga kepercayaan orang lain yang diberikan kepada kita.¹⁵ Manusia diberikan beban kepada Allah untuk berkewajiban melakukan amanat dalam setiap hal yang ia kerjakan, akan tetapi banyak diantaranya tidak sanggup memikulnya, karena tidak mempunyai kejujuran dan ilmu pengetahuan

3. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian yang jelas, meliputi kesigapan pelayan

¹³ Sayyid Sabiq, *Islamuna*, (Beirut: Daar Al-Kitab Al-Arabi, tth.),h.166-167.

¹⁴ Amanat, <https://www.hadits.id/hadits/nasai/4329> (18 Mei 2021)
(catatan: 18 Mei 2021 adalah tanggal ketika situs tersebut diakses).

¹⁵ Anton Ramdan, *Etika Bisnis dalam Islam*, (Jakarta: Bee Media Indonesia, 2013), hal.51.

dalam melayani pelanggan, hingga kecepatan pelayanan dalam menangani transaksi. Seperti wawancara penulis dengan Muhammad Alif Rahman, bahwa:

“Kalau masalah pelayanan dalam ketepatan maupun kesigapan kami berusaha memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan, dan kalau masalah transaksi dari segi membayar, disini juga tidak muluk-muluk mau pi pergi pelanggan baru dia bayar, walaupun kadang yang na pesan kopi susu ji, tapi lama dikedai karena pakai wifi kedai, tidak adaji masalah kalau kita disini.”¹⁶

Dari wawancara dengan Muhammad Alif Rahman dapat disimpulkan bahwa para karyawan yang bekerja di Kedai Kopi Macoa Parepare memberikan daya tanggap dan kesigapan pelayanan kepada pembeli ini memberikan nilai lebih kepada pelayanan yang ada di Kedai Macoa Parepare.

Pernyataan yang sama juga disampaikan kepada Hamzah selaku pelayan yang ada di Kedai Macoa Parepare, Hamzah menyampaikan bahwa:

“Oiya kalau pelayanan semaksimalnya juga kita disini, terlebih lagi pelanggan yang kebanyakan datang itu pelanggan lama, mungkin na suka disini karena tenang jadi nyaman mereka rasakan, jadi ada beberapa yang sudah berkenalan mki sama, bahkan ada juga yang mungkin karena sudah na kenal mki kita yang pelayan disini tidak na panggilki kalau mau tambah pesanan, mereka yang langsung ke kasir, kadang juga diajari bikin Kopi.”¹⁷

Dari hasil wawancara dengan Hamzah selaku pelayan maka dapat dinyatakan bahwa para pelanggan kedai kopi macoa nyaman dengan layanan yang diberikan sehingga mereka pun tidak ragu-ragu untuk diajari cara membuat kopi.

Berdasarkan dari uraian tersebut peneliti menyimpulkan bahwa Daya Tanggap tidak memiliki kaitan dengan Analisis Etika Bisnis Islam, akan tetapi respon kepada pelanggan dalam suatu jual beli dapat memberikan rasa kepuasan terhadap pelanggan lama maupun terhadap pelanggan yang baru pertama kali datang di Kedai Macoa Parepare.

4. Jaminan (*Assurance*)

¹⁶ Muhammad Alif Rahman, Pemilik Kedai Macoa, wawancara di Kedai Macoa Parepare, 15 Mei 2021

¹⁷ Hamzah, Pelayan Kedai Macoa, wawancara di Kedai Macoa Parepare, 15 Mei 2021

Jaminan suatu kemampuan karyawan dalam menimbulkan kepercayaan dan keyakinan pelanggan melalui pengetahuan, kesopanan serta menghargai perasaan pelanggan. Yang dimana inti dari bentuk pelayanan yang meyakinkan pada dasarnya bertumpu kepada kepuasan pelayanan yang ditunjukkan oleh setiap pegawai.

komitmen organisasi yang menunjukkan pemberian pelayanan yang baik, dan perilaku dari pegawai dalam memberikan pelayanan, sehingga dampak yang ditimbulkan dari segala aktifitas pelayanan tersebut diyakini oleh orang-orang yang menerima pelayanan, akan dilayani dengan baik sesuai dengan bentuk bentuk pelayanan yang dapat diyakini dengan kepastian pelayanan.¹⁸ Seperti wawancara penulis dengan Muhammad Alif Rahman selaku pemilik Kedai Kopi Macoa Parepare:

“Dalam memberikan pelayanan kita disini mengikuti gerakan pelanggan, jadi kami juga tau bahwa oh ini maunya pelanggan contohnya, cara kami juga dalam melayani itu tidak jarang kami ikut mengobrol dengan mereka menanyakan dari mana tinggal, paling tidak membuka obrolan-obrolan yang sifatnya menghangatkan suasana supaya pelanggan juga enak na rasa disini sama-sama kita, selain menambah teman juga dapat menarik simpati para pendatang baru agar mau datang lagi ke Kedai ini.”¹⁹

Dari hasil wawancara dengan pemilik Kedai Macoa Parepare maka dapat dinyatakan bahwa para pekerja di Kedai Macoa Parepare punya caranya untuk menarik pelanggan hal ini didasarkan bagaimana mereka menarik hati para pelanggan baru yang datang, agar memunculkan sifat nyaman kepada mereka.

Hal serupa juga disampaikan dengan Hamzah, bahwa:

“Kan pelanggan itu tidak natanyaki bilang puas, tapi diliat dari espresinya dan beberapa kali dia datang, banyak diantara mereka datang sama temannya, pas datang lagi sendiri-sendiri mi datang karena nyaman mi, kadang juga na ajak ki cerita-cerita kalau naliatki lagi santai-santai, mereka juga saling

¹⁸ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan Implementasi, dan Pengendalian*, (Jakarta: Selembat Empat, 2000),hal.440.

¹⁹ Muhammad Alif Rahman, Pemilik Kedai Macoa, *wawancara* di Kedai Macoa Parepare, 15 Mei 2021.

panggil-panggil, jadi mereka sendiri yang cerita dari mulut ke mulut untuk tempat ngopi nya.²⁰

Dari hasil wawancara peneliti dengan Hamzah dapat dinyatakan bahwa tidak semesitnya para pelanggan mengucapkan dengan lisannya untuk memberikan rasa kepuasan, cukup diperhatikan dengan ekspresi dan gerak tubuhnya, ini menandakan dimana mereka merasa nyaman apa yang disediakan di Kedai Kopi Macoa Parepare.

Berdasarkan uraian yang telah dibahas, maka peneliti menyimpulkan bahwa Jaminan tidak memiliki kaitan dengan Analisis Etika Bisnis Islam akan tetapi rasa kepercayaan dalam hal komitmen dapat meningkatkan kepuasan terhadap pelanggan tersebut, yang dimana para pekerja menimbulkan rasa kepercayaan dan keyakinan pelanggan terlebih melalui komunikasi dengan pelanggan.

5. Kepedulian (*Empathy*)

Suatu kemampuan atau kesedian karyawan memberikan perhatian yang tulus dan bersifat pribadi diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen seperti bersikap ramah, memahami kebutuhan dan peduli kepada pelanggannya. Penjelasan tersebut didukung dengan konsep Etika Bisnis Islam tentang kualitas pelayanan, diantaranya firman Allah Subhanahu wa' ta'ala di QS. Al-Ahzab:21:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَائِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ﴿٢١﴾

Terjemahnya:

Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi bantuan kepada kerabat, dan Dia melarang (melakukan) perbuatan keji, kemungkar, dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran.²¹

²⁰ Hamzah, Pelayan Kedai Macoa, wawancara di Kedai Macoa Parepare, 15 Mei 2021.

²¹ Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Quran dan Terjemahan*.

Hal ini disampaikan Muhammad Alif Rahman dalam wawancara peneliti, bahwa:

“Kalau bentuk kepedulian harus jaga komunikasi, kalau diliat mi resah bahasa tubuhnya atau bisik-bisik dengan temannya kadang kita itu tau, ohh ada sesuatu ini, makanya kita datang tanyakan apa ada yang bisa di bantu, komunikasi paling penting menurutku, kadang juga biasa ada yang pesan minuman tidak pakai gula, jadi kita yang bawakan takaran gulanya, nanti dia masukkan keminumannya, ini tergantung pelanggannya sampaikan diluan atau kita tanyakan langsung kalau dilihat umur pelanggan yang memesan orang tua.”²²

Dari wawancara yang dilakukan peneliti dengan Muhammad Alif Rahman dapat disimpulkan bahwa menjalin komunikasi kepada pelanggan itu penting selain dapat memperat persaudaraan, hal ini juga dapat menimbulkan kenyamanan kepada pelanggan ketika berada di Kedai Macoa Parepare.

Hal serupa juga disampaikan oleh Irfan, selaku Barista Kedai Kopi Macoa Parepare, bahwa:

“Kadang dek, ada yang minta ditukar pesannya, katanya salah pesan atau kurang tau yang dipesan seperti apa rasanya padahal sudah di bikinkan, jadi kami turuti saja maunya pelanggan tanpa ekspresi wajah yang kesal, tetap senyum dan menganggap hal biasa, ini bentuk rasa kepedulian kami bahwa kami menyambut hangat mereka, yah anggap kerabat saja walaupun baru pertama kali ia datang, jadi minuman yang sudah terlanjut dibuatkan yah kami-kami disini yang minum.”²³

Dari hasil wawancara dengan Irfan selaku Barista di Kedai Kopi Macoa dengan penulis, dapat dinyatakan bahwa karakter mereka dalam mengekspresikan bentuk kepedulian terhadap pelanggan berbeda-beda yang dimana hal ini menarik perhatian pelanggan, dan menganggap pelayanan yang ada di Kedai Kopi Macoa ini sangat baik.

²² Muhammad Alif Rahman, Pemilik Kedai Macoa, wawancara di Kedai Macoa Parepare, 16 Mei 2021.

²³ Irfan, Barista Kedai Macoa, wawancara di Kedai Macoa Parepare, 16 Mei 2021

Pelayanan juga dapat dikategorikan tiga bentuk yaitu: layanan dengan lisan, layanan dengan tulisan, dan layanan dengan perbuatan.

a. Layanan dengan lisan

Layanan dengan lisan dilakukan oleh petugas-petugas dibidang hubungan masyarakat, bidang informasi dan bidang-bidang lain yang tugasnya memberikan penjelasan atau keterangan kepada siapapun yang memerlukan.

b. Layanan dengan Tulisan

Layanan dengan tulisan merupakan bentuk layanan yang paling menonjol dalam pelaksanaan tugas. Tidak hanya dari segi jumlah tetapi juga dari segi peranannya. Pada dasarnya pelayanan melalui tulisan tulisan yang cukup efisien terutama layanan jarak jauh karena faktor biaya. Agar layanan dalam bentuk lisan dapat memuaskan pihak yang dilayani, suatu hal yang dapat diperhatikan adalah faktor kecepatan, baik dalam pengolahan masalah maupun proses penyelesaiannya.

c. Layanan dengan perbuatan

Dilakukan oleh sebagian besar kalangan menengah dan bawah. Karena itu faktor keahlian dan keterampilan petugas tersebut sangat menentukan hasil perbuatan dan pekerjaan.²⁴

Berdasarkan dari hal tersebut peneliti menyimpulkan Kedai Kopi Macoa Parepare telah mengaplikasikan Etika Bisnis Islam dalam hal amanat dengan keadilan, dimana setiap karakter pekerja tersebut punya cara tersendiri dalam memberikan layanan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, dimana pelanggan yang mendapatkan pelayanan yang baik dapat memberikan perasaan yang kuat untuk menjalin komunikasi dengan para pekerja di Kedai Macoa Parepare.

²⁴ http://Tesisdisertasi.Blogspot.com/2010/07/bentuk_-pelayanan.html (catatan: 17 Mei 2021 adalah tanggal situs diakses)
(catatan: 17 Mei 2021 adalah tanggal ketika situs tersebut diakses)

B. Upaya Kedai Macoa Parepare Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan

Upaya Kedai Macoa dalam hal meningkatkan kepuasan konsumen memiliki caranya tersendiri disamping karena cara pegawai Kedai Macoa dalam memberikan pelayanan yang berbeda dengan pegawai lainnya juga disebabkan aspek-aspek dalam meningkatkan loyalitas pelanggan.

Definisi kepuasan yaitu sebagai perasaan suka atau tidak seseorang terhadap suatu produk setelah ia membandingkan prestasi produk tersebut dengan harapannya, dalam praktiknya loyalitas pelanggan dan kepuasannya berkaitan, walaupun kererkaitannya adalah tidak selalu beriringan.²⁵ Kepuasan adalah langkah yang sangat penting dalam pembentukan loyalitas tetapi menjadikan kurang signifikan ketika loyalitas mulai timbul melalui mekanisme-mekanisme lainnya seperti ikatan sosial yang terbentuk dari kebulatan tekad.

Peneliti dalam hal ini menjadikan Teori Dharmmesta yang dimana Loyalitas memiliki 3 tahapan yaitu, Pengenalan *Kognitif*, Sikap *Afektif*, Komitmen *Konotif* dan dilanjutkan dengan Sikap atau Tindakan. Biasanya pelanggan menjadi setia dulu pada aspek kognitifnya kemudian aspek afektifnya, dan pada akhirnya aspek konatif yang berkelanjutan pada aksi atau tindakan, serta dianalisis berdasarkan Etika Bisnis Islam.

1. Loyalitas Pengenalan (*Kognitif*)

Pelanggan yang mempunyai loyalitas pertama ini menggunakan informasi keunggulan suatu produk atas produk lainnya. Loyalitas kognitif lebih didasarkan pada karakteristik fungsional, terutama biaya, manfaat dan kualitas, jika ketiga faktor itu tidak baik pelanggan mudah pindah ke produk lain.²⁶

²⁵ Kotler, P. *Marketing Management, The Millenium Edition*, (New Jersey: Prentice Hall International, Inc, 2000)

²⁶ Ahmad Mardalis, 'Meraih Loyalitas Pelanggan', *Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta*,(2005),h.113.

Selanjutnya peneliti mewawancarai Muhammad Alif Rahman selaku pemilik Kedai Macoa, bahwa:

“Kalau keunggulan kita disini punya minuman keunggulan dek yang kebanyakan para remaja memesannya, kami mempunyai menu namanya *coffe beer* meski namanya beer tapi ini tidak mengandung alkohol, hanya soda, dan bahkan pelanggan boleh meminta sodanya, sebab ada beberapa pilihan seperti *sprite, cream soda, coca cola*, harganya pun terjangkau Rp.20.000, itupun kami beri 3 gelas minum untuk 1 gelas besar *coffe beer*, diminumnya ramai-ramai karena sulit menghabiskan 1 gelas minuman tersebut.”²⁷

Dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti bahwa, secara tidak langsung Kedai Macoa mempunyai menu keunggulan dari beberapa pelanggan dikarenakan keunggulan produk yang dimiliki yang membolehkan pelanggan memilih soda tersebut, hal ini juga dapat menarik pelanggan baru yang ingin mencobanya.

Hal tersebut juga disampaikan oleh Irfan selaku Barista Kedai Macoa dengan peneliti, bahwa:

“Keinginannya beberapa pelanggan itu beda-beda, tergantung apa yang mereka mau sewaktu mau pesan minuman, banyak juga yang memesan kopi susu biasa, tapi pilihan kopinya mereka yang pilih, ada juga pesan kopi dengan jumlah yang banyak, padahal banyak juga menu minuman yang disediakan disini, tapi kopi susu juga yang mereka mau, harga kopi susu itu Rp.10.000, yang pesan orang singgah karena di depan itu ada mesjid, mereka biasa istirahat yang dari perjalanan luar kota, jadi beberapa supir sudah natau kalau singgah istirahat di mesjid pasti singgah beli juga kopi.”²⁸

Hal berbeda disampaikan Hamzah salah satu pekerja di Kedai Macoa, bahwa:

“Kalau pengenalan biasanya jika pelanggan baru kan saya biasanya bawa menu, terkadang saya yang merekomendasikan ini menu yang enak, kalau penikmat kopi saya rekomendasikan Kopi express Macoa, kalau anak muda es teh coklat, tergantung diawal dia mau yang bagaimana.”²⁹

Dari hasil wawancara yang disampaikan Barista Kedai Macoa, dapat disimpulkan bahwa keinginan, daya tarik pelanggan berbeda-beda nyata mereka

²⁷ Muhammad Alif Rahman, Pemilik Kedai Macoa, wawancara di Kedai Macoa Parepare, 17 Mei 2021.

²⁸ Irfan, Barista Kedai Macoa, wawancara di Kedai Macoa Parepare, 17 Mei 2021.

²⁹ Hamzah, Pelayan Kedai Macoa, wawancara di Kedai Macoa Parepare, 17 Mei 2021.

kadang hanya memesan kopi susu padahal banyak menu minuman lain disediakan.

Berdasarkan dari penjelasan tersebut, maka peneliti menyimpulkan bahwa loyalitas *Kognitif* tidak memiliki kaitan dengan Etika Bisnis Islam. Akan tetapi daya tarik pelanggan terhadap kedai macoa punya nilai lebih dikarenakan posisi dan harganya yang murah, ada pula yang direkomendasikan dari pelayanan untuk memperkenalkan menu dari Kedai Macoa.

2. Loyalitas Sikap (*Afektif*)

Sikap merupakan fungsi dari kognisi pada periode awal pembelian (masa sebelum konsumsi) dan merupakan fungsi dari sikap sebelumnya ditambah dengan kepuasan di periode berikutnya (masa setelah konsumsi). Munculnya loyalitas afektif ini didorong oleh faktor kepuasan yang menimbulkan kesukaan dan menjadikan objek sebagai preferensi. Kepuasan pelanggan berkorelasi tinggi dengan niat pembelian ulang di waktu mendatang. Pada loyalitas *afektif*, kerentanan pelanggan lebih banyak terfokus pada tiga faktor, yaitu ketidakpuasan dengan merek yang ada, persuasi dari pemasaran maupun pelanggan merek lain, dan upaya mencoba produk lain.³⁰

Dari wawancara peneliti dengan pemilik Kedai Macoa Muhammad Alif Rahman, bahwa:

“Untuk minatnya pelanggan itu berbeda-beda hampir tergantung umur, kebanyakan yang datang untuk kalau yang sudah berkeluar atau para pekerja yang mampir, rata-rata pesan hanya kopi susu, berbeda dengan kalangan anak muda kalau anak muda itu yang *ice coffe* kebanyakan yang mereka pesan, sebab dari segi harga yang kami jualkan setara dengan harga rata-rata penjual yaitu Rp.15.000,- sampai Rp.20.000,- yang paling mahal ini tergantung bahannya, karena banyak penjual *ice coffe* jual dengan harga Rp.17.000 sampai Rp.20.000,- padahal di Kedai Macoa hanya jual Rp.15.000,-.”³¹

³⁰Ahmad Mardalis, “Meraih Loyalitas Pelanggan”, Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta, (2005).h.114.

³¹ Muhammad Alif Rahman, Pemilik Kedai Macoa, *wawancara* di Kedai Macoa Parepare, 17 Mei 2021.

Dari hasil wawancara peneliti dengan Muhammad Alif Rahman, dapat dinyatakan bahwa, minat dari pembelian setiap pelanggan berbeda-beda, dengan kebanyakan yang datang berulang kali tidak jarang memesan beberapa kali pesan yang sebelumnya mereka pesan, ini tergantung minat setiap pelanggan.

Hal berbeda disampaikan Irfan selaku Barista Kedai Macoa, bahwa:

“Disini tidak ada pintu celah untuk berbohong, karena kan pelanggan yang kami berikan produk kami jadi otomatis pelanggan sendiri yang menilai, jika kami misalnya berbohong itu akan merugikan kami sendiri juga, yah tidak ada celah dalam berbohong disini.”³²

Disimpulkan dari wawancara tersebut bahwa ketika para pekerja tersebut tidak jujur atau melakukan kecurangan ke pelanggan, ini akan berdampak kembali ke Kedai Macoa, bisa-bisa memberikan citra yang tidak baik dari orang-orang diluar sana, padahal citra sebagai perangkat keyakinan, ide gagasan yang dimiliki seseorang terhadap objek tersebut, dan sikap objek tersebut yang nantinya memberikan rasa kepercayaan jika disamai dengan sikap yang jujur.

Dalam hal tersebut sejalan dengan Etika Bisnis Islam yang dimana Jujur atau *Shiddiq* adalah berkata benar, jujur terhadap diri sendiri, makhluk lain dan sang pencipta. Tanpa kejujuran semua hubungan termasuk hubungan bisnis dalam hal bermuamalah atau berintraksi dengan pelanggan tidak akan berjalan lama, seperti Hadist dari Nabi Shallallahu alaihi wa'sallam :

عَلَيْكُمْ بِالصِّدْقِ فَإِنَّ الصِّدْقَ يَهْدِي إِلَى الْبِرِّ وَالْبِرُّ يَهْدِي إِلَى الْجَنَّةِ. وَ مَا يَزَالُ الرَّجُلُ يَصْدُقُ
وَ يَتَحَرَّى الصِّدْقَ حَتَّى يُكْتَبَ عِنْدَ اللَّهِ صِدِّيقًا. وَ إِيَّاكُمْ وَ الْكُذِبَ فَإِنَّ الْكُذِبَ يَهْدِي إِلَى الْفُجُورِ
وَ الْفُجُورُ يَهْدِي إِلَى النَّارِ. وَ مَا يَزَالُ الْعَبْدُ يَكْذِبُ وَ يَتَحَرَّى الْكُذِبَ حَتَّى يُكْتَبَ عِنْدَ اللَّهِ كَذَّابًا

Artinya:

Wajib bagi kalian untuk jujur, karena sesungguhnya jujur itu membawa pada kebaikan dan kebaikan itu membawa ke surga. Dan seseorang senantiasa jujur

³² Irfan, Barista Kedai Kopi Macoa, wawancara di Kedai Macoa Parepare, 15 Mei 2021

dan memilih kejujuran sehingga dicatat di sisi Allah sebagai orang yang jujur. Dan takutlah kalian dari dusta, karena sesungguhnya dusta itu membawa kepada kedurhakaan, dan durhaka itu membawa ke neraka. Dan seseorang senantiasa berdusta dan memilih berdusta sehingga dicatat di sisi Allah sebagai pendusta." (HR. Muslim no. 2607)³³

Hadist diatas dan dikaitkan dalam Etika Bisnis Islam dinyatakan bahwa dalam prinsip bisnis interaksi yang memberikan keuntungan sedikit tetapi berlangsung berkali-kali lebih baik dari pada untuk banyak tetapi hanya sekali, dua kali atau tiga kali. Jujur merupakan motivator yang abadi dalam budi pekerti dalam perilaku seorang pebisnis muslim. Karena sebagai salah satu sarana untuk memperbaiki amalnya dan sarana untuk meraih surga.³⁴

Etika bisnis yang baik diantaranya yaitu memiliki kejujuran, dalam doktrin islam kejujuran merupakan syarat paling mendasar dalam melakukan kegiatan bisnis, pelaku bisnis menurut islam tidak sekedar mengejar keuntungan sebanyak-banyaknya, terlebih lagi dalam bermuamalah dalam hal pelayanan untuk membuat loyalitas pelanggan.

Nilai-nilai terpenting sebagai landasan transaksi adalah kejujuran. Hal ini juga merupakan pengukuran kualitas keimanan dalam seseorang yang dimana tanpa kejujuran kehidupan dalam hal ini ibadah tidak akan berdiri tegak dan kehidupna duniawipun tidak akan berjalan dengan baik, sebaliknya kebongongan adalah pangkal cabang dari kemunafikan, dan ini termasuk dosa-dosan besar. Kejujuran juga menjaga amanah atau kepercayaan dalam bisnis, tanpa kepercayaan bisnis akan runtuh.³⁵

³³ Jujur dan Bohong. <https://www.hadits.id/hadits/tirmidzi/1894> (18 Mei 2021)
(catatan: 18 Mei 2021 adalah tanggal ketika situs tersebut diakses)

³⁴ Halifah, "Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Komnikasi Pemasaran Pada Butik Moshaiet", (Surabaya, Jurnal Kajian Bisnis),h.21.

³⁵ Musa Asy'arie, *Islam: Etika dan Konspirasi Bisnis* (Yogyakarta: Lembaga Studi Filsafat Islam, 2016), hal.57.

3. Loyalitas Komitmen (*Konatif*)

Konatif menunjukkan komitmen untuk melakukan sesuatu. Niat merupakan fungsi dari niat sebelumnya (pada masa sebelum konsumsi) dan sikap pada masa setelah konsumsi. Maka loyalitas *konatif* merupakan suatu loyalitas yang mencangkup komitmen mendalam untuk melakukan pembelian. Keinginan untuk membeli ulang atau menjadi loyal itu hanya merupakan tindakan terantisipasi tetapi belum terlaksana, maka dari itu untuk menambahkan pada loyalitas *Konatif* dengan loyalitas tindakan.

Hal ini disampaikan Irfan selaku Barista di Kedai Macoa Parepare kepada wawancara penulis bahwa, Bahwa:

“Seleranya orang beda-beda tapi kalau menurutku yang jadi persoalan kebanyakan dari mereka tidak mau mencoba kopi baru, atau menu baru, entah itu mungkin dari beberapa pelanggan sudah mencobanya diluar dari selain tempat kami sehingga menyatakan setiap minuman sama menurut mereka, padahal untuk jenis minuman itu sendiri yang dibuat secara khusus atau menu terbaik di Kedai itu sangat perlu dicoba, untuk dijadikan tolak ukur dari cita rasa kopi itu sendiri.”³⁶

Hal serupa juga disampaikan oleh Muhammad Alif Rahman pemilik Kedai Macoa, bahwa:

“Kebanyakan dari pelanggan yang baru pertama kali menikmati kopi, na nilai kopi dari warnanya, padahal kopi yang kita pakai disini banyak macam, jadi otomatis rasanya pun berbeda, cita rasa pahit dari kopi hingga rasa manis itu yang para pelanggan tidak mengetahuinya bahwa ini keunikan dari kopi tersebut.”³⁷

Dari wawancara tersebut bahwa pelanggan yang memiliki komitmen terhadap suatu produk atau niat berulang kali membeli produk tersebut dikarekan sudah menjadi daya tarik untuk produk tersebut, padahal beberapa produk juga bagus tapi

³⁶ Irfan, Barista Kedai Macoa, wawancara di Kedai Macoa Parepare, 17 Mei 2021.

³⁷ Muhammad Alif Rahman, Pemilik Kedai Macoa, wawancara di Kedai Macoa Parepare, 17 Mei 2021.

karena sudah nyaman dengan produk yang dari dulu pelanggan beli, dan tidak mau mencoba produk lain dari menu Kedai Macoa itu sendiri.

Berdasarkan penjelasan diatas peneliti menyimpulkan bahwa dalam hal pelanggan konsep loyalitas *Konotif* tidak memiliki kaitan dengan Etika Bisnis Islam hal tersebut didasari bahwa perilaku dari pekerja dan pelanggan tidak diterapkan didalam hal pelanggan itu sendiri.

4. Loyalitas Aksi / Tindakan

Aspek *konatif* atau niat untuk melakukan perkembangan dari perilaku ke tindakan, niat ini diikuti dengan motivasi yang mengarah ke kesiapan bertindak dan keinginan mengatasi hambatan. Pelanggan yang terintegrasi penuh pada tahap loyalitas tindakan dapat disimpulkan sebagai pelanggan yang rendah tingkat kerentangannya untuk berpindah ke produk lain. Loyalitas tindakan ini hanya sedikit bahkan sama sekali tidak memberi peluang pada pelanggan untuk berpindah ke produk lain.³⁸

Sebagaimana wawancara peneliti dengan Muhammad Alif Rahman selaku pemilik Kedai Macoa bahwa:

“Kadang dek kami tau orang yang datang di Kedai Macoa, jadi ketika bertemu diluar kita saling sapa, nah biasanya disana ada temannya atau keluarganya sambil cerita-cerita kita ajak ngumpul di Kedai Macoa, kita panggil agar Kedai ini bisa meluas namanya, lalu kita perkenalkan dengan minuman kami yang tak kalah dengan minuman diluar, bagi penikmat kopi pasti mereka paham terlebih lagi agar menjadi peluang juga bagi kita disini, karena relasi itu penting menurutku”

Dari hasil wawancara tersebut maka penulis menyimpulkan bahwa, ketika beberapa faktor yang dijelaskan secara berurutan tidak terpenuhi maka ini akan sangat rentang membuat pelanggan atau konsumen berpindah dan tidak mendapatkan kepuasan, ini dikarenakan yang puas tidak akan merasa loyal, karena pada hakikatnya pelanggan ini mencoba sesuatu dulu, ketika sudah mencoba sesuatu itu tidak

³⁸ Ahmad Mardalis, 'Meraih Loyalitas Pelanggan', *Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta*,(2005).

dimaksimalkan suatu usaha untuk menarik pelanggan dapat mendorong para pelanggan tadi untuk berpindah produk atau ketempat yang lain.

Selaku pemilik Kedai Macoa Parepare, yaitu Muhammad Alif Rahman juga mengatakan bahwa:

“Kan yang datang dikedai kami tidak pandang usia, ada yang masih muda dan tidak sedikit juga yang sudah tua, tetapi perlakuan kami sama kepada pelanggan, kami tetap memberikan yang terbaik kepada pelanggan disini, kecuali jika pelanggan tersebut yang datang ke kedai hanya untuk bermain game dan memakai fasilitas Kedai, maka kami arahkan diruangan dalam agar tidak mengganggu pelanggan yang ada diluar.”³⁹

“Dan untuk harga kami juga adil, walaupun sudah banyak yang menyediakan minuman di Kota Parepare, kami pun berusaha mengikuti persangain bisnis tersebut, seperti menetapkan suatu harga yang dimana harga tersebut sesuai dengan perhitungan modal dan usaha kami membuatnya, bahkan ada beberapa menu minuman yang dibawah harga pasaran yang ada di Kota Parepare.”⁴⁰

Dalam wawancara tersebut dalam hal ini berkaitan dengan prinsip Keadilan dalam Etika Bisnis Islam. Keadilan yaitu menggambarkan dimensi horizontal ajaran Islam, dan berhubungan dengan harmoni segala sesuatu di alam semesta. Keadilan/keseimbangan dalam transaksi misalnya, adalah transaksi yang setara, adil dan seimbang.⁴¹

Prinsip Keadilan menuntut agar setiap orang diperlakukan secara sama sesuai dengan aturan yang adil dan sesuai dengan kriteria yang rasional objektif dan dapat dipertanggung jawabkan. Demikian pula, prinsip keadilan menuntut agar setiap orang dalam kegiatan bisnis apakah dalam relasi eksternal perusahaan maupun relasi internal perusahaan perlu diperlakukan sesuai dengan haknya masing-masing.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa dalam prinsip keadilan, setiap produk yang dimiliki Kedai Macoa berusaha memberikan

³⁹ Muhammad Alif Rahman, Pemilik Kedai Macoa, *wawancara* di Kedai Macoa Parepare, 17 Mei 2021.

⁴⁰ Muhammad Alif Rahman, Pemilik Kedai Macoa, *wawancara* di Kedai Macoa Parepare, 17 Mei 2021.

⁴¹ Muhmmad, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2002),h.55.

yang terbaik dan berlaku adil agar dapat mempertahankan pelanggan yang datang di Kedai Macoa, hal ini sesuai dengan firman Allah di Q.S An Nisa:4/58:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۗ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا ﴿٥٨﴾

Terjemahnya:

Sungguh, Allah menyuruhmu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia hendaknya kamu menetapkannya dengan adil. Sungguh, Allah sebaik-baik yang memberi pengajaran kepadamu. Sungguh, Allah Maha Mendengar, Maha Melihat.⁴²

Dari dalil yang disampaikan diatas dapat menjelaskan bahwa keadilan sejatinya tidak membeda-bedakan antara orang-orang, dan hendaknya menjalankan syariat islam dalam hal apapun dengan adil, adil maksudnya ketika dia juga bisa menjalankan dunianya tanpa lupa dengan akhiratnya kelak.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti, diperoleh bahwa pekerja di Kedai Macoa Parepare mengartikan Keadilan adalah adil dalam melakukan pelayanan ke Pelanggan sehingga tidak adanya pembeda-beda tua maupun yang muda, semuanya sama dipenilaian pekerja, bahwa mereka tetap pelanggan dalam setiap kegiatan bisnisnya, misalnya juga adil dalam menentukan harga, yang dimana tidak menetapkan harga diatas rata-rata hingga tidak menyesuaikan dengan modal produk, sehingga yang dibayar pelanggan sesuai dengan modal dengan jasa,. Hal ini seperti diungkapkan Muhammad Alif Rahman selaku Pemilik Kedai Macoa, bahwa:

Jika dilihat dari sudut pandang Etika Bisnis Islam, aspek-aspek loyalitas pelanggan yang dilakukan Kedai Macoa Parepare yang bersifat baik kepada para pelanggan yang dimana lemah lembut dan bermusyawarah dengan para pelanggan, dalam hal ini seperti dengan firman Allah Subhanahu wa ta'ala dalam QS.Al-Imran/3:159:

⁴² Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Quran dan Terjemahan*.h.87.

فَمَا رَحْمَةٌ مِّنَ اللَّهِ إِنَّكَ لَئِن كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

Terjemahnya:

Maka berkat rahmat Allah engkau (Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya engkau bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekitarmu. Karena itu maafkanlah mereka dan mohonkanlah ampunan untuk mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sungguh, Allah mencintai orang yang bertawakal.⁴³

Ayat diatas menunjukkan untuk bersifat lemah lembut hingga bermusyawarah ketika ada sesuatu yang dipermasalahkan , dalam hal ini Kedai Macoa sering membuka obrolan kepada para pelanggan untuk membuka tali pertemanan yang dimana juga memberikan ruang diskusi untuk berbagi ilmu kepada para pekerja di Kedai Macoa dengan para pelanggan.

⁴³ Quran Surah Al-Imran <https://quran.kemenag.go.id/sura/3> (20 Mei 2021)
(catatan: 20 Mei 2021 adalah tanggal ketika situs tersebut diakses).