

Penerapan Prinsip Islam Atas Pelayanan Pada Pelanggan (Studi Toko ST Mart, Tebingtinggi, Empat Lawang, Sumatera Selatan)

Nama Mahasiswa : Muchammad Iqbal Zuhdi Priyansyah
NIM : 1031810018
Dosen Pembimbing : Drs.Muhammad Asyhad, M.Ag.

ABSTRAK

Perkembangan di dunia bisnis semakin beragam, baik bisnis dalam bidang industri maupun dalam bentuk jasa. Persaingan bisnis dan usaha pada era globalisasi ini semakin pesat. Pelayanan yang baik akan membuat pelanggan semakin tertarik dan setia untuk berlanggan di toko tersebut. Bisnis Toko menjadi pilihan masyarakat di Indonesia, karena bisnis tersebut memiliki risiko yang rendah daripada bisnis yang lain. Dengan banyaknya masyarakat yang saat ini membangun toko, untuk membedakan toko satu dengan yang lainnya adalah dalam hal pelayanannya, tidak semua karyawan di dalam toko menjalankan prinsip syariah dengan baik. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan Penerapan Prinsip Syariah Atas Pelayanan Pada Pelanggan (Studi Toko ST Mart, Tebingtinggi, Empat Lawang, Sumatera Selatan). Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan fenomenologi. Teknik yang dilakukan dalam penelitian ini dengan melakukan wawancara, dan dokumentasi, dengan menggunakan analisis Reduksi data, Display data, Pengambilan keputusan dengan menggunakan 6 (enam) Aspek Pelayanan dalam Islam (Jujur, Tidak menipu, Tidak curang, Melayani dengan rendah hati, Tidak melupakan akhirat). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa prinsip Islam sudah diterapkan di Toko ST Mart. Namun, masih ada kekurangan dalam hal menerapkan prinsip Islam seperti tidak adanya peraturan yang mewajibkan beribadah dan pakaian karyawan yang tidak sesuai dengan prinsip Islam.

Kata Kunci : Pelayanan, Prinsip Islam, Toko ST Mart

Application of Islamic Principles to Customer Service (St Mart Store Study, Tebingtinggi, Empat Lawang, South Sumatra)

Student Name : Muchammad Iqbal Zuhdi Priyansyah

Student Identity Number : 1031810018

Supervisor : Drs.Muhammad Asyhad, M.Ag.

ABSTRACT

Developments in the business world are increasingly diverse, both business in the industrial field and in the form of services. Business and business competition in this era of globalization is increasing rapidly. Good service will make customers more interested and loyal to subscribe to the store. The Toko business is the choice of people in Indonesia, because the business has a low risk compared to other businesses. With so many people currently building stores, to distinguish one store from another is in terms of its service, not all employees in the store carry out sharia principles properly, one of which is in the service at the ST Mart Store. This study aims to describe the Application of Sharia Principles to Customer Service (St Mart Store Study, Tebingtinggi, Empat Lawang, South Sumatra). This research is a qualitative research using a phenomenological approach. The techniques carried out in this study by conducting interviews, and documentation, using data reduction analysis, data display, decision making using 6 (six) Aspects of Service in Islam (Honest, Not deceiving, Not cheating, Serving humbly, Not forgetting the afterlife). The results of this study show that Islamic principles have been applied in ST Mart Stores. However, there are still shortcomings in terms of applying Islamic principles such as the absence of regulations requiring worship and employee clothing that is not in accordance with Islamic principles.

Keywords: *Services, Islamic Principles, ST Mart Store*