

Pengaruh Etika Kerja Islami dan Kualitas Pelayanan Pedagang terhadap Kepuasan Pelanggan di Pasar PON Jombang

Ilma Difa Azzahrowani¹, Rachma Indrarini²

^{1,2}Universitas Negeri Surabaya, Indonesia

ilma.19073@mhs.unesa.ac.id¹, rachmaindrarini@unesa.ac.id²

ABSTRACT

The market is a certain place for the meeting of people who carry out trading activities (buying and selling) of goods and services. Jombang is an area that has the nickname as "Santri City", which in accordance with the expectations of the nickname is the creation of the behavior of a good trader and away from bad deeds and will affect satisfaction. However, not all traders in the market reflect this, there are several influencing factors, namely Islamic work ethics and service quality. The application of good work ethics in Islam is very important, because in it will create muamalah activities that are maslahah. Thus, this study aims to analyze the effect of Islamic work ethics and the quality of merchant services on customer satisfaction in the Pon Jombang market. The research method used is descriptive quantitative research with multiple linear regression analysis with SPSS 25 analysis tools. The sample used was 100 respondents through a questionnaire with predetermined criteria. The results of the study state that there is an influence of Islamic work ethics and service quality on customer satisfaction. This research is expected to be able to bring benefits to readers in order to add insight and traders are able to apply Islamic law in buying and selling activities.

Keywords: *Islamic Work Ethics, Service Quality, Customer Satisfaction.*

ABSTRAK

Pasar adalah sebuah tempat tertentu untuk bertemunya orang-orang yang melakukan aktifitas berdagang (jual beli) barang dan jasa. Jombang merupakan sebuah daerah yang mempunyai julukan sebagai "Kota Santri", yang sesuai harapan dari julukan tersebut ialah terciptanya perilaku dari seorang pedagang yang baik dan jauh dari perbuatan yang buruk dan akan memengaruhi terhadap kepuasan. Akan tetapi tidak semua pedagang di dalam pasar mencerminkan hal tersebut, terdapat beberapa faktor yang memengaruhi yaitu etika kerja Islami dan kualitas pelayanan. Dengan begitu, penelitian ini ditujukan untuk mengetahui pengaruh etika kerja Islami dan kualitas pelayanan pedagang terhadap kepuasan pelanggan di pasar Pon Jombang. Adapun metode penelitian yang digunakan ialah penelitian kuantitatif deskriptif dengan analisis SPSS 25. Sampel yang digunakan sebesar 100 responden melalui angket dengan kriteria yang sudah ditentukan. Dari hasil penelitian menyatakan bahwa terdapat pengaruh etika kerja Islami dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini diharapkan mampu membawa manfaat bagi pembaca agar dapat menambah wawasan dan pedagang mampu dapat menerapkan syariat Islami dalam kegiatan jual beli.

Kata Kunci: Etika Kerja Islami, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan.

PENDAHULUAN

Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS, 2021), penduduk Indonesia rata-rata menghabiskan Rp. 1,26 juta per bulan untuk konsumsi. Nilai itu bertambah sekitar Rp. 38.905 atau naik 3,17% dari tahun 2020, yang rata-ratanya Rp. 1,22 juta per bulan. Kebutuhan akan memunculkan perilaku yang memiliki kemungkinan terbesar untuk memuaskan kebutuhan tertentu dan perilaku konsumsi lah yang akan mencerminkan kebutuhan tersebut yang dirasakan oleh setiap manusia. Kebutuhan akan memunculkan perilaku yang memiliki kemungkinan terbesar untuk memuaskan kebutuhan tertentu dan perilaku konsumsi lah yang akan mencerminkan kebutuhan tersebut yang dirasakan oleh setiap manusia.

Konsumsi adalah kegiatan dalam rangka mengurangi atau menghabiskan nilai guna suatu barang atau jasa, baik itu secara sekaligus maupun bertahap guna memenuhi kebutuhan. Dalam setiap individu dituntut untuk memenuhi kebutuhannya agar dapat bertahan dalam keberlangsungan hidup. Adapun kebutuhan manusia digolongkan menjadi tiga macam, yaitu keperluan, kesenangan dan kemewahan (Wazin, 2013). Dalam setiap daerah tentunya terdapat sebuah pasar, dimana pasar adalah salah satu tempat bagi masyarakat untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Menurut data BPS tahun 2019, jumlah pasar tradisional di Indonesia telah mencapai 15.657 unit dengan jumlah pedagang sebanyak 2.818.260, dan terdapat sejumlah 2.249 pasar tradisional yang tersebar di Provinsi Jawa Timur (Bps, 2019).

Kota Jombang merupakan salah satu daerah yang berada di Provinsi Jawa Timur, daerah Jombang mempunyai julukan sebagai "Kota Santri", banyaknya pondok pesantren yang terdapat di daerah tersebut menjadikan alasan Jombang disebut sebagai Kota Santri (Fitriana, 2018). Di dalam Kabupaten Jombang terdapat 16 pasar tradisional yang dikelola oleh Dinas Perdagangan dan Perindustrian Jombang, salah satunya ialah pasar Pon. Berdasarkan data yang diperoleh dari Dinas Perdagangan dan Perindustrian Jombang, berikut diantaranya jumlah pedagang dalam pasar Pon:

Tabel 1.1 Data Pedagang Pasar Pon Jombang pada Tahun 2020

Toko	Bedak	Los Gledek Lesehan (LGL)	Los Daging	Hewan Ayam
77	347	416	28	141

Sumber: Dinas Perdagangan dan Perindustrian Jombang

Untuk mencerminkan julukan sebagai "Jombang Kota Santri", yang sesuai harapan dari julukan tersebut ialah terciptanya perilaku dari seorang pedagang yang baik dan jauh dari perbuatan yang buruk dan akan memengaruhi terhadap kepuasan. Akan tetapi tidak semua pedagang di dalam pasar mencerminkan hal tersebut, terdapat beberapa faktor yang memengaruhi yaitu etika kerja Islami dan kualitas pelayanan. Berdasarkan pengalaman peneliti, ketika ingin membeli kebutuhan di pasar Pon, terdapat penjual yang tidak memperhatikan kinerja, baik dari segi etika kerja yang baik dan kualitas pelayanan yang diberikan ke pelanggan, ada juga beberapa pedagang yang ketika melayani konsumen pedagang tersebut tidak

bersikap ramah atau murah hati yang ditandai dengan raut wajah yang tidak menyenangkan ketika konsumen sedang melakukan penawaran barang yang akan dibeli. Dengan permasalahan yang ada di dalam pasar Pon tersebut akan mempengaruhi kepuasan para pelanggan ketika berbelanja di pasar tersebut.

Berdasarkan uraian dari permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis faktor etika kerja Islami dan kualitas pelayanan pedagang terhadap kepuasan pelanggan di pasar Pon Jombang. Harapannya bisa meningkatkan etika kerja Islami dan kualitas pelayanan pedagang agar bisa mencapai kepuasan kepada para pelanggan di pasar Pon Jombang.

TINJAUAN LITERATUR

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang dalam suatu tingkatan produk dan jasa yang dipersepsikan sesuai dengan harapan pelanggan atau pembeli (Rohaeni & Marwa, 2018). Sehingga kepuasan pelanggan dalam perspektif Islam berkaitan kuat dengan kebutuhan, manfaat, berkah, keinginan, masalah, keyakinan dan kehalalan.

Dalam Al-Qur'an telah diberikan konsep bagaimana layanan yang mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan yang didasari pada nilai-nilai syariah Islam diantaranya ialah sikap yang lemah lembut, murah hati dan lebih mengutamakan pelanggan (itsar) (Nasuka, 2017).

Etika Kerja Islami

Etika kerja islami digambarkan bagaimana orientasi bekerja pada panduan yang utama, yaitu Al-Qur'an dan Sunnah yang diajarkan oleh Nabi Muhammad S.A.W. sehingga etika kerja islam mengajarkan keunikan tentang perilaku dalam kehidupan sehari-hari yang didasarkan pada ajaran, aturan, panduan dan arahan Al-Qur'an dan Sunnah (Ikhsan & Nur, 2020). Dalam Islam, etika dipahami sebagai moral atau akhlak yang bertujuan untuk mendidik manusia tentang cara hidup yang benar.

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan ialah pemenuhan kebutuhan konsumen berdasarkan tingkat keunggulan dari produk dan jasa yang sesuai dengan harapan sehingga dapat memenuhi keinginan para konsumen (Rohaeni & Marwa, 2018). Kualitas pelayanan bukanlah merupakan suatu hal yang hanya bertujuan untuk memberikan sebuah kepuasan semata.

Sebagai seorang muslim, nilai-nilai syariah harus diterapkan begitu juga dalam memberikan sebuah pelayanan haruslah mendasar pada nilai-nilai syariah agar dapat mewujudkan nilai ketakwaan dan juga membuktikan konsistensi keimanan seorang muslim. Bila ingin membuahkan hasil usaha yang baik berupa barang maupun jasa, maka hendaknya yang berkualitas dan tidak memberikan yang buruk kepada orang lain (Agung, 2018).

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini yaitu menggunakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data cross section. Teknik analisis data yang digunakan yaitu regresi linier berganda. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan data sekunder. Data primer didapatkan dari kuesioner berupa angket yang akan diisi langsung oleh para responden yakni para pelanggan yang membeli barang di pasar Pon Jombang, sedangkan data sekunder berupa dokumentasi dan data jumlah pedagang pasar pon Jombang didapatkan dari Dinas Perdagangan dan Perindustrian Jombang. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan pasar Pon Jombang yang melakukan kegiatan jual beli dengan keseluruhan pedagang yang ada di pasar dengan menggunakan teknik sampling nonprobability sampling dengan purposive sampling. Adapun responden yang dikehendaki ialah:

- a. Berusia minimal 17 tahun
- b. Dikatakan sering berbelanja di pasar Pon dengan minimal 3 kali.

Penentuan jumlah sampel atau responden dalam penelitian ini yaitu perhitungan dengan menggunakan rumus Lemeshow, dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui atau tidak terhingga. Berikut perhitungan sampel menggunakan rumus lemeshow (Maharani, 2022):

$$n = \frac{Z^2 1 - \frac{\alpha}{2} P(1 - P)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 (1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 0,25}{0,01}$$

$$n = 96,04, \text{ maka dibulatkan menjadi } 100 \text{ orang}$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

$Z 2 1 - \frac{\alpha}{2}$ = Derajat Kepercayaan (95%, Z = 1,96)

P = Maksimal estimasi (50% = 0,5)

d = alpha / besar toleransi kesalahan (10% = 0,1)

Berdasarkan rumus diatas jumlah sampel sebanyak 96,04 orang dan dibulatkan menjadi 100 orang. Jumlah responden yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 100 responden pelanggan di pasar Pon Jombang. Dalam penelitian ini mendapatkan sebanyak 113 responden akan tetapi yang sesuai dengan kriteria sebanyak 100, sehingga 13 jawaban responden yang tidak sesuai dengan kriteria tidak dimasukkan dalam mengolah dan menganalisis data penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data diperoleh dari hasil kuesioner yang berisikan 14 item pertanyaan dan diberikan kepada responden yang berjumlah 100 kuesioner.

Tabel 4.1 Data Karakteristik Responden

Karakteristik	Responden	Jumlah	Presentase
Usia	<17 Tahun	-	-
	20-30 Tahun	54	54%
	31-40 Tahun	25	25%
	41-50 Tahun	17	17%
	>50 Tahun	4	4%
	Total	100	100%
Jenis Kelamin	Laki-Laki	26	26%
	Perempuan	74	74%
	Total	100	100%
Agama	Islam	99	99%
	Kristen	1	1%
	Buddha	-	-
	Hindu	-	-
	Konghuchu	-	-
	Katholik	-	-
	Total	100	100%
Memiliki KTP	Sudah	100	100%
	Belum	-	-
	Total	100	100%

Karakteristik	Responden	Jumlah	Presentase
Pekerjaan	Pelajar/Mahas iswa	21	21%
	Guru/Dosen	10	10%
	Wirausaha	25	25%
	Karyawan	18	18%
	Swasta		
	Lainnya	26	26%
	Total	100	100%
Berapa Kali Berbelanja di Pasar Pon	Pertama/1 Kali	-	-
	2 Kali	19	19%
	3 Kali	81	81%
	>3 Kali		
	Total	100	100%

Sumber : Data Primer diolah, 2022

a. Uji Validitas

Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Kepuasan Pelanggan (Y)	1	0,920	0,361	Valid
	2	0,940	0,361	Valid
	3	0,903	0,361	Valid
Etika Kerja Islami (X1)	1	0,543	0,361	Valid
	2	0,850	0,361	Valid
	3	0,668	0,361	Valid
	4	0,848	0,361	Valid
	5	0,885	0,361	Valid
	6	0,693	0,361	Valid
Kualitas Pelayanan (X2)	1	0,892	0,361	Valid
	2	0,875	0,361	Valid
	3	0,890	0,361	Valid
	4	0,755	0,361	Valid
	5	0,837	0,361	Valid

Sumber : Data Primer diolah, 2022

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh pernyataan dari variabel Kepuasan Pelanggan (Y), Etika Kerja Islami (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) dinyatakan valid. Hal ini dikarenakan R Hitung > R Tabel (0,361) (Firdaus, 2021).

b. Uji Reliabilitas

Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Nilai Batas	Keterangan
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,908	0,60	Reliabel
Etika Kerja Islami (X ₁)	0,830	0,60	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X ₂)	0,904	0,60	Reliabel

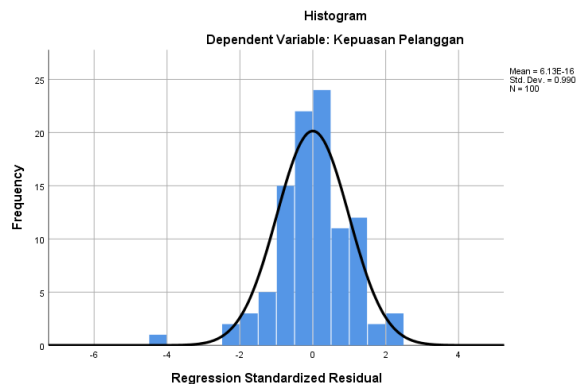
Sumber : Data Primer diolah, 2022

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai Cronbach Alpha dari semua variabel > 0,60

c. Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

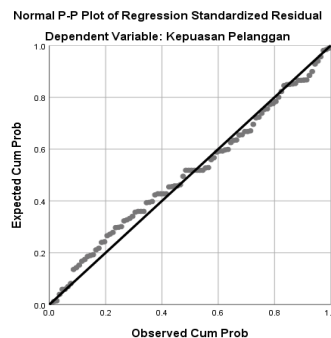
Grafik 4.1 Hasil Uji Normalitas Histogram



Sumber: Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan grafik hasil dalam uji normalitas histogram menghasilkan kurva yang berbentuk menggunung maka dapat diartikan bahwa pola tersebut terdistribusi normal.

Grafik 4.2 Hasil Uji Normalitas P-Plot



Sumber: Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan grafik hasil uji normalitas P-Plot diatas, data menyebar pada sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka dapat diartikan pola terdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel. 4.4 Hasil Uji Multikolonieritas

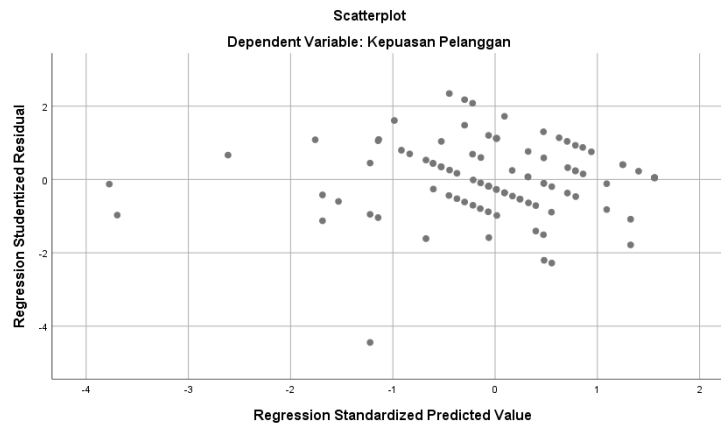
Variabel	Tolerance	VIF
Etika Kerja Islami (X1)	.691	1.448
Kualitas Pelayanan (X2)	.691	1.448

Sumber: Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan hasil data diatas, dapat diketahui bahwa nilai VIF variabel Etika Kerja Islami (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) adalah 1,448 yang artinya $< 10,00$ dan nilai tolerance value $0,691 > 0,1$, maka data tersebut tidak terjadi multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Grafik 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan data diatas, dapat disimpulkan bahwa titik menyebar diatas dan dibawah dan membentuk suatu pola tertentu maka dapat dikatakan bahwa data tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Homogenitas

Tabel 4.5 Hasil Uji Homogenitas

Test of Homogeneity of Variances					
		Levene			
		Statistic	df1	df2	Sig.
Hasil	Based on Mean	.075	1	198	.784
X1	Based on Median	.078	1	198	.780
dan	Based on Median	.078	1	196.384	.780
X2	and with adjusted df				
	Based on trimmed mean	.053	1	198	.818

Sumber: Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai signifikansinya $> 0,05$, artinya data tersebut adalah homogen.

d. Uji Regresi

Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 4.6 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Variabel	Nilai b	Sig.
Konstanta	1.588	.142
Etika Kerja Islami (X1)	.128	.012
Kualitas Pelayanan (X2)	.380	.000

Sumber: Data Primer diolah, 2022

Dari tabel diatas, terdapat persamaan regresi linier berganda yaitu sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2$$
$$= 1,588 + 0,128 + 0,380$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Pelanggan

a = Konstanta

X1 = Etika Kerja Islami

X2 = Kualitas Pelayanan

Nilai a sebesar 1,588 merupakan konstanta atau keadaan saat variabel Kepuasan Pelanggan (Y) belum dipengaruhi oleh variabel lain yaitu variabel Etika Kerja Islami (X₁) dan Kualitas Pelayanan (X₂). Jika variabel independen tidak ada maka variabel Kepuasan Pelanggan (Y) tidak mengalami perubahan.

b₁ (nilai koefisien regresi X₁) sebesar 0,128. Menunjukkan bahwa variabel Etika Kerja Islami (X₁) mempunyai pengaruh yang positif terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel Etika Kerja Islami (X₁), maka akan mempengaruhi Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0,128 dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.

b₂ (nilai koefisien regresi X₂) sebesar 0,380. Menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X₂) mempunyai pengaruh yang positif terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel Kualitas Pelayanan (X₂), maka akan mempengaruhi Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0,380 dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 4.7 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary
R Square
.568

Sumber: Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas dipengaruhi oleh nilai koefisien R² yaitu sebesar 0,568 atau 56,8%. Maka dapat disimpulkan bahwa besarnya pengaruh variabel Etika Kerja Islami (X₁) dan Kualitas Pelayanan (X₂) terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0,568 (56,8%).

e. Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji T)

Tabel 4.8 Hasil Uji T Pengaruh variabel Etika Kerja Islami (X₁) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

Keterangan	t hitung	Sig.
Etika Kerja Islami (X ₁)	6.516	.000

Sumber: Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa nilai signifikansi Etika Kerja Islami terhadap Kepuasan Pelanggan adalah $0,000 < 0,05$, dan nilai t hitung $6,464 > t$ tabel 1,985, dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (Nugraha, 2022). Dibuktikan dengan perhitungan dibawah ini:

$$\begin{aligned}
 T \text{ Hitung} &= 0,6516 \\
 T \text{ Tabel} &= t (a/2 ; n-k-1) \\
 a = 5\% &= t (0,05/2 ; 100-2-1) \\
 &= 0,025 ; 97 \\
 &= 1,985
 \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan diatas, maka H₀₁ ditolak dan H_{a1} diterima, artinya terdapat pengaruh Etika Kerja Islami (X₁) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) secara signifikan.

Tabel 4.9 Hasil Uji T Pengaruh variabel Kualitas Pelayanan (X₂) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

Keterangan	t hitung	Sig.
Kualitas Pelayanan (X ₂)	10.694	.000

Sumber: Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa nilai signifikansi Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan adalah $0,000 < 0,05$, dan nilai t hitung $10,694 > t$ tabel 1,985. Dari hasil tabel, maka H₀₂ ditolak dan H_{a2} diterima, artinya terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan (X₂) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) secara signifikan.

Uji Simultan (Uji F)

Tabel 4.10 Hasil Uji F Pengaruh Etika Kerja Islami (X₁) dan Kualitas Pelayanan (X₂) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

Anova	
F	Sig.
63.662	.000 ^b

Sumber: Data Primer diolah, 2022

Dari tabel diatas, dapat diketahui nilai signifikan untuk pengaruh Etika Kerja Islami (X₁) dan Kualitas Pelayanan (X₂) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai f hitung $>$ nilai f tabel $63,662 > 3,09$. Hal ini membuktikan bahwa H₀₃ ditolak dan H_{a3} diterima, artinya terdapat pengaruh Etika Kerja Islami (X₁) dan Kualitas Pelayanan (X₂) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) secara signifikan.

Pengaruh Etika Kerja Islami terhadap Kepuasan Pelanggan

Dari perolehan hasil pengolahan data dapat diketahui bahwa variabel Etika Kerja Islami berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan. Sehingga, H₁ diterima hasilnya adalah positif, artinya semakin meningkatkan Etika Kerja Islami pedagang maka akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan di Pasar Pon Jombang. Hal ini sejalan dengan penelitian Lailatirrohmah (2014) dan Pangestu (2020), etika kerja Islami mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil jawaban responden pada penelitian ini, yakni pelanggan pasar pon merasakan kepuasan yang dipengaruhi dari etika kerja Islami pedagang nya. Pelanggan pasar akan merasakan kepuasan yakni dari segi kepuasan pemakaian, artinya saat pelanggan mengkonsumsi produk yang telah dibeli, kepuasan konfirmasi harapan yakni harapan kepuasan pelanggan pasar setelah mengkonsumsi produk yang dibeli dan kepuasan keseluruhan yakni kepuasan secara menyeluruh setelah pelanggan pasar mengkonsumsi produk yang telah dibeli (Agustina, 2012). Sehingga artinya semakin baik etika kerja Islami yang diterapkan pedagang akan meningkatkan kepuasan pelanggan yang berbelanja di pasar Pon Jombang.

Terdapat sebuah hadits Rasulullah yang diriwayatkan oleh Ibnu Umar *Radiallahu 'anhu* berbunyi:

رَوَى عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ عَمْرٍو بْنِ الْعَاصِ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: إِعْمَلْ لِدُنْيَاكَ كَأَنَّكَ تَعِيشُ أَبَدًا وَاَعْمَلْ لِآخِرَتِكَ كَأَنَّكَ تَمُوتُ غَدًا رَوَى عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ عَمْرٍو بْنِ الْعَاصِ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: إِعْمَلْ لِدُنْيَاكَ كَأَنَّكَ تَعِيشُ أَبَدًا وَاَعْمَلْ لِآخِرَتِكَ كَأَنَّكَ تَمُوتُ غَدًا

Artinya: *diriwayatkan dari Abdullah bin Amr bin al-'Ash bahwa Rasulullah Shallallahu 'alaihi wa sallam bersabda "Bekerjalah untuk duniamu seakan-akan engkau akan hidup selamanya. Dan bekerjalah untuk akhiratmu seakan-akan engkau akan mati besok."*

Allah SWT berfirman dalam Q.S At-Taubah ayat 105 :

وَقُلْ أَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ

Artinya: “Dan Katakanlah: “Bekerjalah kamu, maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada Allah Yang Mengetahui alan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamy apa yang telah kamu kerjakan.”

Dari hadits dan ayat diatas menjelaskan bahwa menganjurkan kepada manusia khususnya bagi umat Islam untuk bekerja dan berusaha semaksimal mungkin, dan tidak lupa juga jika ingin meraih keberhasilan dalam kehidupan dunia dan akhirat, maka berbuatlah sesuai dengan kehendak Allah agar dekat dengan Allah sehingga memperoleh ketenangan jiwa dalam melakukan kehidupan di dunia. Dalam Islam, etika kerja bagi seorang muslim yang sejati akan mewujudkan *mujahadah* yaitu kesungguhan dalam mewujudkan cita-cita, serta memiliki keyakinan bahwa etika kerja bisa menjadi penggerak dalam bekerja sehari-hari.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil dari pengujian data dapat diketahui bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan, sehingga H2 diterima hasilnya adalah positif, artinya semakin ditingkatkannya kualitas pelayanan pedagang maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian ini selaras dengan hasil penelitian dari Maulana (2016), Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan PT. TOI menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Aris (2019), Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan pada Stasiun Seblak Bandung Demak menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. Kusumawati et al. (2013) Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan.

Kualitas Pelayanan merupakan tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan untuk memenuhi keinginan dari pelanggan (Aris, 2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan mempunyai dua hal pokok yang saling berkaitan yaitu dimana harapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan (*expected quality*) dan kualitas yang dirasakan (*perceives quality*). Menurut Maulana (2016), kepuasan pelanggan terbagi menjadi dua yaitu kepuasan fungsional dan kepuasan psikologikal. Kepuasan fungsional yaitu kepuasan yang didapatkan dari fungsi pemakaian suatu produk, dan kepuasan psikologikal yaitu kepuasan yang sifatnya tidak berwujud seperti kepuasan karena mendapati pelayanan yang baik di dalam pasar. Hal ini sejalan dengan hasil dari jawaban responden yakni pelanggan pasar merasakan dua kepuasan tersebut, karena dari kualitas pelayanan yang diberikan pedagang akan menciptakan kepuasan bagi pelanggan ketika berbelanja didalam pasar.

Dalam Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan pelayanan baik berupa barang maupun jasa jangan memberikan yang buruk dan tidak berkualitas kepada orang lain. Hal ini dijelaskan dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 267:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ ۖ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ ۗ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ عَزِيزٌ حَمِيدٌ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, nafkankahlah (dijalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu nafkahkan darinya padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji”. (Al-Baqarah ayat 267).

Dari ayat diatas, diketahui bahwa memberi pelayanan haruslah dengan iman yang kuat seperti mempunyai jiwa yang adil, jujur dan keandalan maka akan menimbulkan kepuasan.

Hal ini selaras dengan yang dirasakan oleh pelanggan pada pasar Pon Jombang dimana suatu pelayanan yang diterima dan merasakan pelayanan akan mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan dan perilaku pelanggan selanjutnya. Untuk mewujudkan suatu pelayanan yang berkualitas yang mampu menciptakan kepuasan pelanggan maka pedagang di pasar Pon harus memahami tingkat persepsi dan harapan pelanggan, karena kepuasan pelanggan merupakan perbandingan antara persepsi dengan harapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang dirasakan (Kusumawati et al. 2014).

Pengaruh Etika Kerja Islami dan Kualitas Pelayanan Pedagang terhadap Kepuasan Pelanggan.

Berdasarkan hasil dari pengujian data dapat diketahui bahwa variabel Etika Kerja Islami dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan, sehingga H3 diterima hasilnya adalah positif, artinya semakin ditingkatkannya etika kerja Islami dan kualitas pelayanan pedagang maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Etika kerja Islami berguna untuk membangun sumber daya manusia yang berkualitas, jika kinerja pedagang yang disuguhkan kepada pelanggan tidak secara maksimal maka akan mempengaruhi terhadap sikap pelanggan seterusnya. Pedagang Pasar Pon Jombang menjawab kebutuhan para pelanggan yang menginginkan etika kerja Islami dipenuhi, dengan solusi alternatif karena mampu mengkombinasikan kinerja profesional dengan nilai etika yang disertai dengan kaidah Islam. Dalam penelitian ini, etika kerja Islam (X_1) pedagang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pasar Pon Jombang, hal ini dikarenakan pelanggan memperhatikan adanya sikap menghargai waktu, ikhlas, jujur, komitmen, istiqomah dan percaya dari pedagang pasar yang ditunjukkan oleh pelanggan pasar Pon Jombang.

Kualitas pelayanan merupakan sebuah kinerja yang ditawarkan oleh seseorang kepada orang lain. Adapun keberhasilan dari suatu usaha atau kegiatan berupa jasa poin utamanya yaitu kualitas pelayanan, karena kualitas pelayanan merupakan usaha untuk mewujudkan kenyamanan terhadap pelanggan (Wulan, 2022). Dalam penelitian ini, kualitas pelayanan (X_2) pedagang memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan pasar Pon Jombang dikarenakan pelanggan memperhatikan adanya sikap bukti fisik, daya tanggap, keandalan, jaminan dan

empati dari pedagang yang ditujukan kepada pelanggan sehingga hal tersebut mampu meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap pelayanan dari pedagang pasar Pon.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Wulan (2022) dalam penelitian yang berjudul Pengaruh Etika Kinerja Islam, Produktivitas Pegawai dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah di BSI Syariah Tulungagung, yang menjelaskan dimana variabel Etika Kinerja Islam dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Kepuasan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Pengaruh Etika Kerja Islami dan Kualitas Pelayanan Pedagang terhadap Kepuasan Pelanggan di Pasar Pon Jombang, dapat disimpulkan bahwa:

1. Etika kerja Islami pedagang berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di pasar Pon Jombang.
2. Kualitas pelayanan pedagang berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di pasar Pon Jombang.
3. Etika kerja Islami dan kualitas pelayanan pedagang berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Pasar Pon Jombang.

DAFTAR PUSTAKA

- Adimah, N., & Oktriawan, W. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus pada Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Ketenagakerjaan kantor Cabang Purwakarta). *Muttaqien; Indonesian Journal of Multidisciplinary Islamic Studies*, 3(2), 177-194.
- Darma, B. (2021). Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R²). Guepedia.
- Fauzan, F., & Tyasari, I. (2012). Pengaruh Religiusitas Dan Etika Kerja Islami Terhadap Motivasi Kerja. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 8(3), 206-232.
- Fitriana, W. D. (2018). Digitalisasi Kuliner dan Wisata Halal Daerah Jombang melalui Aplikasi "Jombang Halal Tourism". *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, 5(2), 108-116.
- Fuaddi, H. (2018). Etos Kerja dalam Perspektif Islam. *Jurnal Al-Amwal*, 7(1), 20-31.
- Janie, D. N. A. (2012). Statistik deskriptif & regresi linier berganda dengan SPSS. *Jurnal, April*, 52
- Ramadhan, B. M., & Ryandono, M. N. H. (2015). Etos Kerja Islami pada Kinerja Bisnis Pedagang Muslim Pasar Besar Kota Madiun. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 2(4), 274-287.
- Rohaeni, H., & Marwa, N. (2018). Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ecodemica*, 2(2), 312-318.

- Huzaimah, I. (2018). Analisis Etika Bisnis Islam dan Kualitas Pelayanan dalam Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan pada Bank Tabungan Negara (BTN) Syariah Cabang Bogor. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(2).
- Maksum, I., & Fikriah, N. L. (2020). Kepemimpinan Islami dan Etika Kerja Islami : Pengaruhnya terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Studi Ekonomi dan Bisnis Islam*, 3(1), 90-110.
- Saputra, A. (2018). Pengaruh Lokasi, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pasar Tradisional (Studi Kasus Pasar Tradisional di Kecamatan Medan Johor). *Jurnal Manajemen Bisnis*. Maharani, R. A. N., & Alam, I. A. (2022).
- Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Selama Pandemi Covid-19 pada Keab Salahuddin. *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan*, 1(4) 235-242.
- Maulana, A. S. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan PT. TOI. *Jurnal Ekonomi*, 7(2).
- Nasuka, M. (2017). Peningkatan Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan dengan Layanan Inti. *Jurnal Syariah dan Hukum*, 15(2), 191-205.
- Nugraha, B. (2022). Pengembangan uji statistik: Implementasi metode regresi linier berganda dengan pertimbangan uji asumsi klasik. Pradina Pustaka.
- Sari, N. N., Utami, S., & Bambang, R. N. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Pasar Tradisional Ngronggo Kota Kediri. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 2(1), 20-37.
- Ramadhan, B. M., & Ryandono, M. N. H. (2015). Etos kerja Islami pada kinerja bisnis pedagang muslim pasar besar kota Madiun. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 2(4), 274-287.
- Maulidya, R. N., Kosim, A. M., & Devi, A. (2019). Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Loyalitas Pelanggan Hotel Syariah di Bogor. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 11(2), 221-240.
- Sembiring, I. J., & Suharyono, A. K. (2014). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan McDonalds MT. Haryono Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 15(1).
- Septiana, A. (2015). Analisis Perilaku Konsumsi dalam Islam. *Dinar : Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, 2(1).
- Hidayati, S. (2022). Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam terhadap Tingkat Transaksi Jual Beli di Pasar Tradisional (Studi Kasus pada Pasar Desa Kapas Bojonegoro). *Jurnal Ekonomi Syari'ah*, 5(1), 20-38.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syarifuddin. (2018). Pasar Tradisional dalam Perspektif Nilai Daya Tarik Wisata. *Jurnal Manajemen Resort dan Leisure*, 15(1), 19-32.
- Rachmawati, T., & Sudarma, K. (2016). Pengaruh Etika Kerja Islami dan Kepuasan Kerja pada Komitmen Organisasional dengan Motivasi Intrinsik sebagai Variabel Pemediasi. *Management Analysis Journal*, 5(3), 269-280.

- Widodo, W., Minarsih, M. M., Warso, M. M. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pedagangan Kaki Lima (Studi pada Sub Unit PKL Dinas Pasar Kota Semarang). *Journal of Management*, 2(2).
- Widodo, T. (2013). Studi tentang Peranan Unit Pasar dalam Pengelolaan Sampah di Pasar Merdeka Kota Samarinda. *Jurnal Administrasi Negara*, 1(1), 1-11.