



ETIKA PELAYANAN USAHA *FOOD COURT*
***PERSPEKTIF* EKONOMI ISLAM**
(Studi Pada *Queen Resto* Kelurahan Bago Tulungagung)

MIFNATUL MUKHAROMAH¹, MEI SANTI²

¹ STAI Muhammadiyah Tulungagung

² STAI Muhammadiyah Tulungagung

E-mail: nanamifna@gmail.com¹, mei.11051987@gmail.com²

ABSTRAK

Bisnis kuliner beragam etika pelayanan yang diberikan oleh pengusaha bisnis tersebut. Ditemukan beberapa kejadian di tempat usaha kuliner didapati etika pelayanan yang kurang. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka dapat diambil suatu rumusan masalah 1. Bagaimana etika pelayanan usaha Food Court Queen Resto Kelurahan Bago Kabupaten Tulungagung?, 2. Bagaimana implementasi etika pelayanan usaha Food Court Queen Resto Kelurahan Bago Kabupaten Tulungagung perspektif ekonomi Islam?, tujuan penelitian ini adalah 1. Untuk mengetahui etika pelayanan usaha Food Court Queen Resto Kelurahan Bago Kabupaten Tulungagung, 2. Untuk mengetahui implementasi etika pelayanan usaha Food Court Queen Resto Kelurahan Bago Kabupaten Tulungagung perspektif ekonomi Islam. Penelitian yang peneliti lakukan ini adalah termasuk dalam penelitian deskriptif kualitatif. Penerapan etika pelayanan usaha Food Court Queen Resto Kelurahan Bago Kabupaten Tulungagung yaitu menerapkan prinsip 3S (Senyum, Sapa dan Salam), dimana prinsip

tersebut telah diterapkan dengan baik oleh para karyawannya. Prinsip 3S diterapkan untuk menarik dan memikat konsumen yang datang untuk kembali lagi berkunjung serta mencari konsumen yang baru dari rekomendasi konsumen yang sudah pernah datang dan mendapatkan pelayanan yang baik di Food Court Queen Resto Tulungagung. Implementasi etika pelayanan usaha Food Court Queen Resto Kelurahan Bago Kabupaten Tulungagung perspektif ekonomi Islam sudah dilakukan dengan baik dan sesuai dengan nilai-nilai ekonomi Islam, yang terdiri dari: profesional, komunikatif (tabligh), jujur, dan amanah dalam setiap melayani konsumennya. Dimana etika pelayanan tersebut dilakukan untuk menarik konsumen agar merasa puas ketika datang dan membawa dampak yang positif salah satunya meningkatkan pendapatan untuk usaha kuliner Food Court Queen Resto Tulungagung dan kedepan usahanya semakin berkembang pesat.

Kata Kunci: Etika, Pelayanan Islam, Food Court.

ABSTRACT

The culinary business has a variety of service ethics provided by these business entrepreneurs. There were several incidents in the culinary business where service ethics were lacking. Based on this background, a problem formulation can be taken 1. How is the ethics of the business service of the Food Court Queen Resto, Bago Village, Tulungagung Regency ?, 2. How is the implementation of business service ethics at the Food Court Queen Resto, Bago Village, Tulungagung Regency, an Islamic economic perspective? are 1. To know the business service ethics of the Food Court Queen Resto, Bago Village, Tulungagung Regency, 2. To find out the implementation of business service ethics at the Food Court Queen Resto, Bago Village, Tulungagung Regency, an Islamic economic perspective. The research that researchers did is included in qualitative descriptive research. The application of business service ethics at the Queen Resto Food Court, Bago Village, Tulungagung Regency is to apply the 3S principle (Smile, Greetings and Greetings), where these principles have been applied well by its employees. The 3S principle is applied to attract and entice consumers who come back to visit and find new consumers from the recommendations of consumers who have come and get good service at the Food Court Queen Resto Tulungagung. The implementation of business service ethics at the Queen Resto Food Court, Bago Village, Tulungagung District, Islamic economic perspective has been carried out well and is in accordance with Islamic economic values, which consist of: professional, communicative (tabligh), honest, and

trustworthy in serving consumers. Where the service ethics is carried out to attract consumers to feel satisfied when they come and have a positive impact, one of which is increasing income for the culinary business of Food Court Queen Resto Tulungagung and in the future the business is growing rapidly.

Keywords: *Ethics, Islamic Services, Food Court.*

Pendahuluan

Bisnis merupakan bagian dari kegiatan ekonomi dan mempunyai peranan yang sangat vital dalam rangka memenuhi kebutuhan manusia. Kegiatan bisnis mempengaruhi semua tingkat kehidupan manusia baik individu, sosial, regional, nasional maupun internasional. Tiap hari jutaan manusia melakukan kegiatan bisnis sebagai produsen, maupun perantara sebagai konsumen. Bisnis adalah kegiatan ekonomis. Hal-hal yang terjadi dalam kegiatan ini adalah tukar menukar, jual beli, memproduksi memasarkan, bekerja-mempekerjakan, serta interaksi manusiawi lainnya, dengan tujuan memperoleh keuntungan. Dalam kegiatan perdagangan (bisnis), pelaku usaha atau pebisnis dan konsumen (pemakai barang dan jasa) sama-sama mempunyai kebutuhan dan kepentingan. Pelaku usaha harus memiliki tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan. Untuk itu sangat diperlukan aturan-aturan dan nilai-nilai yang mengatur kegiatan bisnis tersebut agar tidak ada pihak-pihak yang dirugikan dan dieksploitasi baik pihak konsumen, karyawan maupun siapa saja yang ikut terlibat dalam kegiatan bisnis tersebut.¹

Pada poin ini akan peneliti uraikan bahwa, etika Islam merupakan ajaran yang menjelaskan dan mengatur tentang cara bersikap, berperilaku dalam

¹Norvadewi, *Bisnis dalam Perspektif Islam*, EDUKASI: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, Volume 01, No. 01, Desember 2015, 33, <https://journal.iain-samarinda.ac.id/index.php/altijary/article/view/420/323>, diakses pada 08 April 2020

kehidupan manusia yang dipengaruhi oleh kepercayaan manusia terhadap agama Islam itu sendiri. Etika Islam melingkupi semua aspek dan sendi-sendi kehidupan manusia muslim. Etika dalam Islam melingkupi semua sendi kehidupan individu sebagai hamba dan khalifah, sendi kehidupan dalam keluarga, dalam tatanan hidup bermasyarakat, sosial-ekonomi, politik dan bernegara. Pluralitas wacana etika dalam Islam merupakan sesuatu yang inheren dalam simbol dan tradisi Islam. Nilai-nilai akhlak dalam Islam dapat dijadikan prinsip utama dalam melaksanakan aktivitas bisnis yang syarat dengan etika Islam adalah dengan menjaga Akhlak atau hubungan dengan Allah, manusia dan alam. *Hablum minallah* (Akhlak kepada Tuhan) dengan tidak berbuat syirik, mengagungkan Allah, bertaqwa, mencintai, bertaubat, beribadah, mencari ridho-Nya, berdoa dan meneladani sifat-sifat Nya.²

Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada konsumen yang dilayani yang bersifat tidak berwujud dan tidak dimiliki. Hal ini sesuai dengan apa yang disampaikan oleh Morman, mengenai karakteristik tentang pelayanan yaitu: pelayanan bersifat tidak dapat diraba, pelayanan itu kenyataannya terdiri dari tindakan dan merupakan pengaruh yang sifatnya adalah tindakan sosial, produksi dan konsumsi dari pelayanan tidak dapat dipisahkan secara nyata, karena pada umumnya kejadiannya bersamaan dan terjadi di tempat yang sama. Karakteristik tersebut dapat menjadi dasar bagaimana memberikan pelayanan yang terbaik. Pengertian yang lebih luas juga disampaikan oleh Daviddow dan Utal bahwa pelayanan merupakan usaha apa saja yang mempertinggi kepuasan pelanggan.³

²Antony, *Etika dan Bisnis Prespektif Ekonomi Islam*, EDUKASI: Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan, Volume 2, No. 1, 2018, 13-14, https://www.researchgate.net/publication/337398951_ETIKA_DAN_BISNIS_PERSPEKTIF_EKO_NOMI_ISLAM/link/5dd5606e299bf11ec866ae38/download, diakses pada 15 April 2020

³Taufiqurokhman, *Teori dan Perkembangan Manajemen Pelayanan Publik*, (Tangerang: UMJ PRESS, 2018), 75, http://taufiqurokhman.com/wp-content/uploads/2018/03/BUKU-PELAYANAN-PUBLIK_lengkap-rev.pdf, diakses pada 11 April 2020

Memberikan pelayanan terbaik kepada umat manusia adalah pekerjaan yang sangat mulia dan merupakan pintu kebaikan bagi siapa saja yang mau melakukannya. Sebagian kecil dari ayat Al-Qur'an dan hadis-hadis yang mendorong umat manusia untuk memberikan pelayanan terbaik kepada sesama. Akan tetapi sebelum berbicara lebih jauh Islam meletakkan batasan yang difirmankan oleh Allah dalam salah satu surat Al-Qur'an yaitu:⁴ Al-Maidah ayat 2 yang artinya: "... dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, Sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya".⁵ Melalui ayat di atas Allah memerintahkan kepada kita untuk saling menolong didalam koridor "mengerjakan kebajikan dan takwa" dan Allah melarang sebaliknya. Jika kita melanggar ketentuan Allah maka hukuman akan diberikan dan "Sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya". Jadi, interaksi itu boleh dilakukan kapanpun dan dengan siapapun selama tidak melanggar batasan di atas.⁶

Perlu peneliti tegaskan pada saat ini jumlah bisnis kuliner khususnya di Kabupaten Tulungagung semakin meningkat, terbukti dengan banyaknya restoran, cafe, *food court* dan usaha yang sejenis dibidang kuliner dengan mudah dapat kita temukan lokasinya. Ditemukan beberapa kejadian di tempat usaha kuliner didapati etika pelayanan yang kurang, contohnya ketika tempat kuliner tersebut banyak konsumen datang dan orderan menumpuk, beberapa konsumen diberikan pelayanan yang kurang maksimal, terlihat dari sikap karyawannya yang kurang menghargai dan memperhatikan, pandangan tidak langsung menghadap ke konsumen. kekurangan terkait etika pelayanan yang diberikan tersebut dapat menjadi tolak ukur konsumen untuk melakukan pembelian ulang atau bahkan tidak akan kembali lagi ke tempat tersebut. Bisa dipastikan konsumen akan kembali

⁴Rafidah, *Kualitas Pelayanan Islam pada Perbankan Syariah*, EDUKASI: Jurnal Nalar Fiqh, Volume 10, No. 2, Desember 2014, 118, <https://media.neliti.com/media/publications/220478-kualitas-pelayanan-islami-pada-perbankan.pdf>, diakses pada 15 April 2020

⁵Indra Laksana, *Al-Qur'an 1day juz*, (Bandung: sy9ma creative media corp, 2017), 106

⁶Rafidah, *Kualitas Pelayanan...*, 119

melakukan pembelian ketika etika pelayanan yang diterima konsumen itu baik. Dan tidak kembali lagi ke tempat kuliner tersebut ketika konsumen merasa kecewa terhadap pelayanan yang diberikan oleh karyawan tempat kuliner tersebut. Padahal etika pelayanan yang baik akan memberikan kepuasan terhadap konsumen. Dan berdampak pada peningkatan omzet pendapatan usaha tersebut.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui etika pelayanan usaha *food court queen* resto kelurahan bago kabupaten Tulungagung. Dan untuk mengetahui implementasi etika pelayanan usaha *food court queen* resto kelurahan bago kabupaten tulungagung *perspektif* ekonomi Islam.

Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka dapat diambil suatu rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana etika pelayanan usaha *Food Court Queen* Resto Kelurahan Bago Kabupaten Tulungagung?
2. Bagaimana implementasi etika pelayanan usaha *Food Court Queen* Resto Kelurahan Bago Kabupaten Tulungagung *perspektif* ekonomi Islam?

Metode Penelitian

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan yang peneliti gunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Metode kualitatif adalah mencari pengertian yang mendalam tentang suatu gejala, fakta atau realita. Fakta, realita, masalah, gejala serta peristiwa hanya dapat dipahami bila peneliti menelusurinya secara

mendalam dan tidak hanya terbatas pada pandangan di permukaan saja.⁷ Menurut Raco dalam bukunya *Metode Penelitian Kualitatif Jenis* menjelaskan bahwa:

*“Metode kualitatif termasuk penelitian lapangan (field research) karena peneliti harus terjun langsung ke lapangan, terlibat dengan masyarakat setempat. Terlibat dengan partisipasi atau masyarakat berarti turut merasakan apa yang mereka rasakan dan sekaligus juga mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif tentang situasi setempat. Peneliti harus memiliki pengetahuan tentang kondisi, situasi dan pergolakan hidup partisipasi dan masyarakat yang diteliti”.*⁸

2. Sumber Data dan Alat Pengumpulan Data

Sumber data adalah subjek dari mana data diperoleh. Adapun sumber data penelitian ini adalah:

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.⁹

Di bawah ini akan dijelaskan beberapa hal yang termasuk data primer yaitu:¹⁰

- 1) *Person*: sumber data ini diperoleh dengan cara wawancara secara mendalam kepada pemilik *Food Court Queen* Resto Kelurahan Bago Kabupaten Tulungagung, yang bisa memberikan data berupa jawaban lisan melalui wawancara atau jawaban tertulis melalui angket.
- 2) *Place*: yaitu sumber data yang menyajikan tampilan berupa keadaan diam dan bergerak. Peneliti menjelaskan gambaran situasi dan

⁷Raco, *Metode Penelitian Kualitatif Jenis, Karakteristik dan Keunggulannya*, (Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2010), 1-2, <https://www.scribd.com/doc/178328751/Buku-Jozef-Raco-Metode-Penelitian-Kualitatif>, diakses pada 06 Mei 2020

⁸*Ibid*, 9

⁹Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2015), 225

¹⁰Arikunto, *Prosedur Penelitian...*, 172

kondisi dari obyek yang diteliti yaitu *Food Court Queen* Kelurahan Bago Kabupaten Tulungagung.

- 3) *Paper*: yaitu sumber data yang menyajikan tanda-tanda berupa huruf, angka, gambar, atau simbol-simbol lain. Data ini diperoleh melalui dokumen yang berupa buku, grafik, foto, laporan pertanggungjawaban yang diperoleh dari *Food Court Queen* Resto Kelurahan Bago Kabupaten Tulungagung.

b. Sumber Data Sekunder

Menurut V. Wiratna Sujarweni dalam bukunya *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi* menjelaskan bahwa:

“Data sekunder adalah data yang didapat dari catatan, buku, dan majalah berupa laporan keuangan publikasi perusahaan, laporan pemerintah, artikel, buku-buku sebagai teori, majalah, dan lain sebagainya. Data yang diperoleh dari data sekunder ini tidak perlu diolah lagi. Sumber yang tidak langsung memberikan data pengumpulan data”.¹¹

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah suatu cara atau proses yang sistematis dalam pengumpulan, pencatatan dan penyajian fakta untuk tujuan tertentu. Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam hal penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.¹²

Penelitian ini akan menggunakan 3 jenis teknik pengumpulan data yaitu:

¹¹V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 89

¹²Sugiyono, *Metode Penelitian...*, 224

a. *Interview* (Wawancara)

Sugiyono menjelaskan dalam bukunya *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif R&D* mengemukakan bahwa:

“Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil. Wawancara dapat dilakukan secara terstruktur tidak terstruktur, dan dapat dilakukan melalui tatap muka (face to face) maupun dengan menggunakan telepon”.¹³

b. Observasi

Observasi merupakan dengan melakukan pengamatan menyeluruh pada sebuah kondisi tertentu. Tujuan penelitian ini untuk mengamati dan memahami perilaku kelompok orang maupun individu pada keadaan tertentu.¹⁴

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal yang lebih mengarah pada buku konkret. Dengan instrumen ini, kita diajak untuk menganalisis isi dari dokumen-dokumen yang dapat mendukung penelitian kita, contohnya berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah dan dokumen lainnya.¹⁵

4. Prosedur Pengumpulan Data

Agar data yang diperoleh dari lokasi penelitian bisa memperoleh keabsahan dan kredibilitas, maka perlu teknik pemeriksaan keabsahan data. Keabsahan data merupakan teknik yang digunakan agar penelitian kualitatif dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Adapun cara pengecekan

¹³Sugiyono, *Metode Penelitian...*, 137-138

¹⁴Sujarweni, *Metodologi Penelitian...*, 24

¹⁵*Ibid*, 95

keabsahan data yang peneliti lakukan dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut:¹⁶

a. Uji Kredibilitas

Adapun langkah-langkah dalam meningkatkan kredibilitas data yang peneliti lakukan dalam penelitian ini adalah:

1) Perpanjangan Pengamatan

Dalam perpanjangan pengamatan untuk menguji kredibilitas data penelitian ini, sebaiknya difokuskan pada pengujian terhadap data yang diperoleh, apakah data yang diperoleh itu setelah dicek kembali ke lapangan benar atau tidak, berubah atau tidak. Bila setelah dicek kembali ke lapangan data sudah benar berarti kredibel, maka waktu perpanjangan pengamatan dapat diakhiri. Untuk membuktikan apakah peneliti itu melakukan uji kredibilitas melalui perpanjangan pengamatan atau tidak. Maka akan lebih baik kalau dibuktikan dengan surat keterangan perpanjangan. Selanjutnya surat keterangan perpanjangan ini dilampirkan dalam laporan penelitian.

2) Meningkatkan Ketekunan

Meningkatkan ketekunan berarti melakukan pengamatan secara lebih cermat dan berkesinambungan. Dengan cara tersebut makan kepastian data dan urutan peristiwa akan dapat direkam secara pasti dan sistematis.¹⁷

3) Triangulasi

Triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu.¹⁸ Ada beberapa macam triangulasi dan peneliti akan memakai triangulasi teknik. Triangulasi teknik digunakan untuk

¹⁶Sugiyono, *Metode Penelitian...*, 270

¹⁷Sugiyono, *Metode Penelitian...*, 272

¹⁸*Ibid*, 273

menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda.¹⁹

4) Menggunakan bahan referensi

Yang dimaksud dengan bahan referensi disini adalah adanya pendukung untuk membuktikan data yang telah ditemukan oleh peneliti.

5) Mengadakan *member check*

Member check adalah proses pengecekan data yang diperoleh peneliti kepada pemberi data. *Member check* adalah untuk mengetahui seberapa jauh data yang diperoleh sesuai dengan apa yang diberikan oleh pemberi data.

b. Pengujian *dependability*

Dalam penelitian kualitatif, uji *dependability* dilakukan dengan melakukan audit terhadap keseluruhan proses penelitian.

c. Pengujian *confirmability*

Dalam penelitian kualitatif, uji *confirmability* mirip dengan uji *dependability*, sehingga pengujian dapat dilakukan secara bersamaan. Menguji *confirmability* berarti menguji hasil penelitian, dikaitkan dengan proses yang dilakukan bila hasil penelitian merupakan fungsi dari proses penelitian yang dilakukan.²⁰

Kajian Pustaka

1. Pengertian Etika

Menurut Rusydi Ananda dalam bukunya Pengantar Kewirausahaan bahwa:

“Secara bahasa etika berasal dari bahasa perancis yaitu etiquette yang berarti kartu undangan. Pada saat itu raja-raja perancis sering

¹⁹*Ibid*, 274

²⁰*Ibid*, 275-277

mengundang para tamu dengan menggunakan kartu undangan, di mana dalam kartu undangan tersebut tercantum persyaratan atau ketentuan untuk menghadiri acara antara lain waktu acara dan pakaian yang harus dikenakan”.

Menurut Bertens definisi etika secara etimologi adalah:

“Berasal dari bahasa Yunani yaitu ethos. Dalam bentuk tunggal ethos bermakna tempat tinggal yang biasa, padang rumput, kandang, kebiasaan, adat, akhlak, perasaan, cara berpikir. Dalam bentuk jamak kata etika yaitu: ta-etha berarti adat kebiasaan. Dan arti terakhir inilah yang menjadi latar belakang bagi terbentuknya istilah etika”.

Istilah yang sepadan dengan etika seperti tatakrama, tata sopan santun, norma sopan santun, tata cara bertingkah laku yang baik, perilaku yang baik dan menyenangkan. Kata tata krama berasal dari kata tata yang berarti adat aturan atau norma, sedangkan kata krama berarti sopan santun, kelakuan, tindakan dan perbuatan, sedangkan kata pergaulan menunjukkan hubungan manusia dengan manusia lain. Dengan demikian pengertian etika dan tata krama pergaulan berarti sopan santun atau tata sopan santun antar sesama manusia.²¹

2. Pengertian Pelayanan

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia dijelaskan bahwa pelayanan adalah membantu menyiapkan (mengurus) apa-apa yang diperlukan seseorang.²² Menurut pendapat beberapa ahli pengertian pelayanan adalah sebagai berikut:

- a. Sistaningrum mengemukakan bahwa pelayanan dapat diartikan sebagai berikut: Pelayanan adalah tindakan dari suatu pihak ke pihak lain dalam

²¹Sri Hudiarni, *Penyertaan Etika Bagi Masyarakat Akademik dikalangan dunia Pendidikan tinggi*, EDUKASI: Jurnal Moral Kemasyarakatan, Volume 2, No. 1, Juni 2017, 2-3, <https://media.neliti.com/media/publications/255612-penyertaan-etika-bagi-masyarakat-akademi-4ffb0a88.pdf>, diakses pada 22 April 2020

²²<https://kbbi.web.id/pelayanan>, diakses pada 29 April 2020

memenuhi kebutuhan dan keinginan pihak yang lain dalam pembelian produk.²³

b. Groonroos, mengemukakan:

*“Pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai adanya akibat interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen atau pelanggan”.*²⁴

c. Moenir mengemukakan bahwa:

“Pelayanan umum adalah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atas sekelompok orang dengan landasan faktor material melalui sistem, prosedur dan metode tertentu dalam rangka usaha memenuhi kepentingan orang lain sesuai dengan haknya. Pelayanan hakikatnya adalah serangkaian kegiatan, karena itu ia merupakan proses. Sebagai proses, pelayanan berlangsung secara rutin dan berkesinambungan, meliputi seluruh kehidupan orang dalam masyarakat”.

Selanjutnya Moenir mengemukakan bahwa:

“Pelaksanaan pelayanan dapat diukur, oleh karena itu dapat ditetapkan standar yang baik dalam hal waktu yang diperlukan maupun hasilnya. Dengan adanya standar manajemen dapat merencanakan, melaksanakan, mengawasi dan mengevaluasi kegiatan pelayanan, agar supaya hasil akhir memuaskan pada pihak-pihak yang mendapatkan layanan”.

d. Fitzsimmons dalam Inu Kencana mengatakan bahwa:

“Customer satisfaction with service quality can be defined perception of received with expectation of service desired (maksudnya rasa puas orang yang memerlukan pelayanan bisa diartikan dengan memperbandingkan

²³Puji Hariyanti, *Pengaruh Aktivitas Customer Service dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Bank Riau Kepri Capem Panam Pekanbaru*, EDUKASI: Jurnal Komunikasi, Volume 8, No. 1, Oktober 2013, 66, <https://journal.uir.ac.id/jurnal-komunikasi/article/view/6467>, diakses pada 23 April 2020

²⁴Verryza Agridita Taufina, *Kualitas Pelayanan dalam Perspektif Strategi Pelanggan di Bandara Sepinggán, Balikpapan*, EDUKASI: Jurnal Pelayanan Publik, Volume 1, No. 1, Januari 2014, 4, <http://journal.unair.ac.id/download-fullpapers-kmp967363e9c9full.pdf>, diakses pada 23 April 2020

bagaimana pandangan antara pelayanan yang diterima dengan harapan pelayanan yang diharapkan)”.²⁵

3. Pengertian Etika Pelayanan

Etika pelayanan publik adalah suatu tata cara dalam melayani dengan menggunakan kebiasaan yang mengandung nilai-nilai hidup dan hukum atau norma yang mengatur tingkah laku manusia yang dianggap baik. Etika menitik beratkan tentang sikap, tindakan dan perilaku manusia dalam berhubungan dengan sesamanya, baik dalam masyarakat maupun organisasi publik.²⁶

Etika Pelayanan Publik dalam arti yang sempit, yang dikemukakan oleh Ipah Ema Juniati bahwa:

“Pelayanan publik adalah suatu tindakan pemberian barang dan jasa kepada masyarakat oleh pemerintah dalam rangka tanggung jawabnya kepada publik, baik diberikan secara langsung maupun melalui kemitraan dengan swasta dan masyarakat, berdasarkan jenis dan intensitas kebutuhan masyarakat, kemampuan masyarakat dan pasar”.²⁷

Menurut Novianty Djafri dalam bukunya yang berjudul Manajemen Pelayanan dijelaskan bahwa:

”Pada konsep tindakan pelanggan harus ada gerakan konkret menjatuhkan pilihan untuk melayani ketika pelanggan datang dengan gerakan 3S, yaitu salam, senyum dan sapa. Mengucapkan salam, menebarkan senyuman, dan menyapa pelanggan dengan memperkenalkan nama yang melayani. Terciptanya proses komunikasi

²⁵Kamaruddin Sellang, *Administrasi dan Pelayanan Publik Antara Teori dan Aplikasinya*, (Yogyakarta: Ombak Tiga, 2016), 75, https://www.researchgate.net/publication/331341122_ADMINISTRASI_DAN_PELAYANAN_PUBLIK_Antara_Teori_dan_Aplikasi, diakses pada 23 April 2020

²⁶Mashur Hasan Bisri, *Etika Pelayanan Publik di Indonesia*, *EDUKASI: Jurnal of Governance Innovation*, Volume 1, No. 1, Maret 2019, 67, <https://media.neliti.com/media/publications/283283-etika-pelayanan-publik-di-indonesia-fc78aaeb.pdf>, diakses pada 25 April 2020

²⁷Ipah Ema Juniati, *Dimensi Etika dalam Pelayanan Publik Arti Penting, Dilema dan Implikasinya bagi Pelayanan Publik di Indonesia*, *EDUKASI: Jurnal Administrasi Publik*, Volume 3, No. 1, Juni 2012, 34, <http://repository.fisip-untirta.ac.id/1431/1/4.%20Ipah%20Ema%20Jumiati.pdf>, diakses pada 26 April 2020

*pada konsep gerakan aksi nyata, merupakan tanggapan terhadap pelanggan yang telah menjatuhkan pilihannya”.*²⁸

Hasanat menyatakan bahwa cara yang paling baik untuk meningkatkan hubungan interpersonal adalah dengan menggunakan ekspresi senyum yang tepat. Sedangkan menurut Tidd dan Locked menjelaskan bahwa layanan dengan senyum adalah salah satu persyaratan pekerjaan yang akan meningkatkan kepuasan konsumen. Selain senyum, pemberian salam dan sapa dirasa cukup efektif untuk meningkatkan hubungan interpersonal.²⁹

4. Pengertian Etika Pelayanan *Prespektif* Ekonomi Islam

Pelayanan dalam Islam khususnya pada pelayanan secara umum memiliki nilai-nilai dan etika tersendiri. Menurut Hermawan Kartajaya bahwa nilai-nilai Islami yang harus diterapkan dalam memberikan pelayanan yang maksimal adalah sebagai berikut:³⁰

- a. Profesional (*Fathanaah*) artinya bekerja dengan maksimal dan penuh komitmen dan kesungguhan.
- b. *Tabligh* artinya komunikatif dan *argumentative*. Orang yang memiliki sifat *tabligh* akan menyampaikan dengan benar dan tutur kata yang tepat.
- c. Jujur (*Shiddiq*) artinya kesesuaian antara berita yang disampaikan dan fakta antara fenomena dan yang diberitakan, serta bentuk dan substansi.

²⁸Novianty Djafri, *Manajemen Pelayanan*, (Gorontalo: *Ideas Publishing*, 2018), 11-12, <http://repository.ung.ac.id/karyailmiah/show/1682/novianty-djafri-buku-manajemen-pelayanan-berbasis-revolusi-mental.html#>, diakses pada 12 April 2020

²⁹Muhammad Riza Febrianto, *Efek Pelayanan Senyum, Salam, Sapa Petugas Kasir Terhadap Kepuasan Konsumen Supermarket*, EDUKASI: Jurnal Psikologi Undip, Volume 12, No. 1, April 2013, 25, <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/psikologi/article/view/8334/0>, diakses pada 06 Juli 2020

³⁰Yusdi Maulana, *Tinjauan Nilai-Nilai Etika Pelayanan Islam Terhadap Sistem Pelayanan Pasien di Klinik Harapan Sehat Kecamatan Cilaku Kabupaten Cianjur*, EDUKASI: Jurnal Prosiding Keuangan dan Perbankan Syariah, Volume 5, No. 1, Februari 2019, 264, http://karyailmiah.unisba.ac.id/index.php/hukum_ekonomi_syariah/article/view/16161/pdf, diakses pada 08 Juni 2020

d. Amanah artinya benar-benar bisa dipercaya. Jika satu urusan diserahkan kepadanya, niscaya orang percaya bahwa urusan itu akan dilaksanakan dengan sebaik-baiknya.

Pelayanan yang baik yang harus dimengerti dan dipahami oleh karyawan antara lain sebagai berikut:³¹

- a. Berpakaian dan berpenampilan yang rapih dan bersih. Karyawan harus mengenakan seragam yang sepadan dengan kombinasi yang menarik. Pakaian yang dikenakan harus memberikan kesan yang benar-benar memikat konsumen.
- b. Percaya diri, bersikap akrab, dan penuh senyum. Dalam melayani konsumen, karyawan tidak boleh ragu-ragu, akan tetapi harus memiliki keyakinan dan percaya diri yang tinggi. Karyawan juga harus bersikap akrab dan penuh senyum dengan raut muka yang menarik setulus hati serta tidak dibuat-buat.
- c. Menyapa dengan lembut. Pada saat konsumen datang, karyawan harus menyapanya terlebih dahulu.
- d. Tenang, sopan, dan hormat tekun mendengarkan setiap pembicaraan. Pada saat melayani konsumen, karyawan harus dalam keadaan tenang, tidak terburu-buru, dan sopan dalam bersikap.
- e. Tekun mendengarkan setiap pembicaraan dan menerima keluhan dengan baik. Karyawan harus tekun mendengarkan pembicaraan konsumen dan berusaha menerima keluhan konsumen dengan baik. Dengan begitu, konsumen akan merasa dihargai dengan baik.
- f. Berbicara jelas dengan bahasa yang baik dan benar. Berbicara jelas dengan bahasa yang baik dan benar adalah dengan menggunakan Bahasa Indonesia. Suara yang digunakan juga harus jelas dalam arti mudah

³¹<https://edoparnando27.wordpress.com/customer-service/>, Edoparnando, *Customer Service*, diakses pada 09 Juni 2020

dipahami dan jangan menggunakan istilah-istilah sulit yang tidak dipahami oleh konsumen.

- g. Bergairah dalam melayani dan tunjukkan kemampuan. Seorang karyawan harus meunjukkan pelayanan yang baik dengan memahami keinginan dan kemauan konsumen.
- h. Jangan menyela atau memotong pembicaraan. Saat konsumen berbicara jangan menyela atau memotong pembicaraannya.
- i. Mampu meyakinkan konsumen serta memberikan kepuasan. Setiap pelayanan yang diberikan harus mampu meyakinkan konsumen dengan argumen-argumen yang masuk akal.

Dan Allah berfirman dalam *QS. Az-Zalzalah ayat 7* yang berbunyi:

*Artinya: Barang siapa yang mengerjakan kebaikan seberat dzarrahpun, niscaya dia akan melihat (balasan)nya.*³²

Tafsir Al-Mukhtashar Q.S Az-Zalzalah Ayat 7: Maka barang siapa berbuat kebaikan dan pengabdian seberat semut kecil, maka dia akan melihatnya di depannya.³³

Dan Allah berfirman dalam QS. At-Taubah ayat 105 yang 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 akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan."³⁴

Tafsir Al-Mukhtashar Q.S At-Taubah ayat 105: Dan katakanlah (wahai nabi), kepada orang-orang yang telah ikut berjihad, "berbuatlah kalian karena Allah dengan apa yang Dia ridhoi dari ketaatan kepada-Nya, dan menunaikan kewajiban-Nya dan menjauhi maksiat kepada-Nya, maka Allah akan melihat amal kalian, begitu pula rasul-Nya dan kaum mukminin, dan jati diri kalian

³²Laksana, *Al-Qur'an 1day...*, 599

³³<https://tafsirweb.com/37718-quran-surat-az-zalzalah-ayat-7-8.html>, diakses pada 10 Juni 2020

³⁴Laksana, *Al-Qur'an 1day...*, 203

akan menjadi jelas urusan kalian. Dan kalian akan dikembalikan pada hari kiamat kepada dzat yang mengetahui perkara rahasia dan perkara nyata dari kalian, lalu Dia akan memberitakan kepada kalian tentang apa yang dahulu kalian kerjakan. Dalam ayat ini termuat peringatan dan ancaman bagi orang yang tetap bertahan di atas kebatilan dan keangkuhannya.³⁵

Hasil Dan Pembahasan

1. Etika Pelayanan Usaha *Food Court Queen Resto* di Kelurahan Bago Kabupaten Tulungagung

Menurut Novianty Djafri dalam bukunya yang berjudul Manajemen Pelayanan terdapat konsep tindakan pelanggan yaitu harus ada gerakan konkret (aksi nyata) menandatangani pilihan untuk melayani ketika pelanggan datang dengan gerakan 3S, yaitu salam, senyum dan sapa. Prakteknya dengan mengucapkan salam, menebarkan senyuman, dan menyapa pelanggan serta memperkenalkan nama yang melayani kepada pelanggan. Terciptanya proses komunikasi pada konsep gerakan aksi nyata (konkret), merupakan tanggapan terhadap pelanggan yang telah menandatangani pilihannya.³⁶ Pilihan pelanggan disini yaitu *Food Court Queen Resto* Tulungagung.

Berdasarkan hasil penggalian data yang peneliti lakukan di lapangan terkait etika pelayanan di *Food Court Queen Resto* Tulungagung. *Food Court* tersebut menerapkan etika pelayanan dengan prinsip 3S (Salam, Senyum dan Sapa). Dimana semua karyawan *Food Court Queen Resto* Tulungagung oleh pemiliknya diharuskan melakukan prinsip yang dibuat oleh pemilik *Food Court Queen Resto* Tulungagung tersebut. Prinsip *Food Court Queen Resto* Tulungagung menurut peneliti sama dengan konsep gerakan 3S (Salam,

³⁵<https://tafsirweb.com/3121-quran-surat-at-taubah-ayat-105.html>, diakses pada 11 Juni 2020

³⁶Djafri, *Manajemen Pelayanan...*, 11-12

Senyum, Sapa) Novianty Djafri, hanya dalam realitanya atau praktek dibalik urutan gerakannya di *Food Court Queen Resto Tulungagung* yaitu 3S (Senyum, Sapa dan Salam). Prinsip itu dibuat untuk menarik konsumen yang datang akan melakukan kunjungan kembali serta mencari konsumen yang baru dari rekomendasi konsumen yang puas dengan etika pelayanan di *Food Court Queen Resto Tulungagung*.

Jadi, dari pemaparan di atas dapat disimpulkan bahwa ada kesesuaian antara teori yang telah ada dengan penemuan peneliti di lapangan yang berlokasi di *Food Court Queen Resto Tulungagung*.

2. Implementasi Etika Pelayanan Usaha *Food Court Queen Resto* di Kelurahan Bago Kabupaten Tulungagung Perspektif Ekonomi Islam

Pelayanan dalam Islam khususnya pada pelayanan secara umum memiliki nilai-nilai dan etika tersendiri. Menurut Hermawan Kartajaya bahwa nilai-nilai Islami yang harus diterapkan dalam memberikan pelayanan yang maksimal adalah sebagai berikut:³⁷

- a. Profesional (*Fathanaah*) artinya bekerja dengan maksimal dan penuh komitmen dan kesungguhan.
- b. *Tabligh* artinya komunikatif dan *argumentative*. Orang yang memiliki sifat *tabligh* akan menyampaikan dengan benar dan tutur kata yang tepat.
- c. Jujur (*Shiddiq*) artinya kesesuaian antara berita yang disampaikan dan fakta antara fenomena dan yang diberitakan, serta bentuk dan substansi.
- d. Amanah artinya benar-benar bisa dipercaya. Jika satu urusan diserahkan kepadanya, niscaya orang percaya bahwa urusan itu akan dilaksanakan dengan sebaik-baiknya.

³⁷Maulana, *Tinjauan Nilai-Nilai...*, 264

Berdasarkan hasil penemuan peneliti terkait implementasi etika pelayanan *perspektif* ekonomi Islam di *Food Court Queen* Resto Tulungagung adalah sebagai berikut.³⁸

- 1) Profesional, dapat dilihat pada semua karyawan *Food Court Queen* Resto Tulungagung yang bekerja dengan maksimal dan penuh kesungguhan dalam melayani konsumen.
- 2) Komunikatif, dapat dilihat pada semua karyawan *Food Court Queen* Resto Tulungagung dalam menyampaikan atau menjelaskan terkait menu makanan dan minuman yang ditanyakan oleh konsumen dalam menyampaikannya menggunakan tutur kata yang sopan dan menjelaskannya dapat diterima dengan baik oleh konsumen.
- 3) Jujur, dapat dilihat pada semua karyawan *Food Court Queen* Resto Tulungagung dalam melayani konsumen tidak ada informasi yang disembunyikan terkait menu makanan atau penyajian makanan.
- 4) Amanah, dapat dilihat pada semua karyawan *Food Court Queen* Resto Tulungagung benar-benar bisa dipercaya. Jika tugas sudah diserahkan kepadanya, maka tugas itu akan dilaksanakan dengan sebaik-baiknya.

Dengan demikian, dapat peneliti simpulkan bahwa Implementasi Etika Pelayanan *Perspektif* Ekonomi Islam di *Food Court Queen* Resto Tulungagung, semua karyawannya sudah memberikan pelayanan yang baik dan sudah sesuai dengan nilai-nilai Ekonomi Islam. Sehingga terlihat jelas dari pembahasan yang kedua ini adanya kesesuaian antara teori yang dikemukakan oleh Hermawan Kartajaya dengan penemuan peneliti di lapangan yaitu *Food Court Queen* Resto Tulungagung dimana etika pelayanan *perspektif* ekonomi Islam yang terdiri dari profesional, komunikatif (tabligh), jujur, dan amanah telah diterapkan dan memberikan pengaruh yang baik dalam pelayanan serta membawa dampak yang positif salah satunya meningkatkan pendapatan untuk perkembangan

³⁸Hasil Observasi dan Dokumentasi di *Food Court Queen* Resto Tulungagung, pada 20 Mei 2020, pukul 17.30 WIB

usaha kuliner *Food Court Queen* Resto Tulungagung saat ini dan diharapkan sampai yang akan datang tetap eksis usahanya serta dapat berkembang pesat.

Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah dan pembahasan pada Bab IV dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Penerapan etika pelayanan usaha *Food Court Queen* Resto Kelurahan Bago Kabupaten Tulungagung yaitu menerapkan prinsip 3S (Senyum, Sapa dan Salam), dimana prinsip tersebut telah diterapkan dengan baik oleh para karyawannya. Prinsip 3S diterapkan untuk menarik dan memikat konsumen yang datang untuk kembali lagi berkunjung serta mencari konsumen yang baru dari rekomendasi konsumen yang sudah pernah datang dan mendapatkan pelayanan yang baik di *Food Court Queen* Resto Tulungagung.
2. Implementasi etika pelayanan usaha *Food Court Queen* Resto Kelurahan Bago Kabupaten Tulungagung *perspektif* ekonomi Islam sudah dilakukan dengan baik dan sesuai dengan nilai-nilai ekonomi Islam, yang terdiri dari: profesional, komunikatif (*tabligh*), jujur, dan amanah dalam setiap melayani konsumennya. Dimana etika pelayanan tersebut dilakukan untuk menarik konsumen agar merasa puas ketika datang dan membawa dampak yang positif salah satunya meningkatkan pendapatan untuk usaha kuliner *Food Court Queen* Resto Tulungagung dan kedepan usahanya semakin berkembang pesat.

Daftar Pustaka

- Antony, *Etika dan Bisnis Perspektif Ekonomi Islam*, EDUKASI: Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan, volume 2, No. 1, 2018, https://www.researchgate.net/publication/337398951_ETIKA_DAN_BISNIS_PERSPEKTIF_EKONOMI_ISLAM/link/5dd5606e299bf11ec866ae38/download, diakses pada 15 April 2020
- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: PT Rinekaa Cipta, 2013
- Bisri, Mashur Hasan, *Etika Pelayanan Publik di Indonesia*, EDUKASI: Jurnal of Governance Innovation, volume 1, No. 1, Maret 2019, <https://media.neliti.com/media/publications/283283-etika-pelayanan-publik-di-indonesia-fc78aaeb.pdf>, diakses pada 25 April 2020
- Dewinorva, *Bisnis dalam Perspektif Islam*, EDUKASI: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, volume 01, No. 01, Desember 2015, 33, <https://journal.iain-samarinda.ac.id/index.php/altijary/article/view/420/323>, diakses pada 08 April 2020
- Djafri, Novianty, *Manajemen Pelayanan*, Gorontalo: Ideas Publishing, 2018, <http://repository.ung.ac.id/karyailmiah/show/1682/novianty-djafri-buku-manajemen-pelayanan-berbasis-revolusi-mental.html#>, diakses pada 12 April 2020
- Febrianto, Muhammad Riza, *Efek Pelayanan Senyum, Salam, Sapa Petugas Kasir Terhadap Kepuasan Konsumen Supermarket*, EDUKASI: Jurnal Psikologi Undip, Volume 12, No. 1, April 2013, <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/psikologi/article/view/8334/0>, diakses pada 06 Juli 2020
- Hariyanti, Puji, *Pengaruh Aktivitas Customer Service dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Bank Riau Kepri Capem Panam Pekanbaru*, EDUKASI: Jurnal Komunikasi, volume 8, No. 1, Oktober 2013, <https://journal.uui.ac.id/jurnal-komunikasi/article/view/6467>, diakses pada 23 April 2020
- Hudiarini, Sri, *Penyertaan Etika Bagi Masyarakat Akademik dikalangan dunia Pendidikan tinggi*, EDUKASI: Jurnal Moral Kemasyarakatan, volume 2, No. 1, Juni 2017, <https://media.neliti.com/media/publications/255612->

penyertaan-etika-bagi-masyarakat-akademi-4ffb0a88.pdf, diakses pada 22 April 2020

Juniati, Ipah Ema, *Dimensi Etika dalam Pelayanan Publik Arti Penting, Dilema dan Implikasinya bagi Pelayanan Publik di Indonesia*, EDUKASI: Jurnal Administrasi Publik, volume 3, No. 1, Juni 2012, <http://repository.fisip-untirta.ac.id/1431/1/4.%20Ipah%20Ema%20Juniati.pdf>, diakses pada 26 April 2020

Laksana, Indra, *Al-Qur'an 1day juz*, Bandung: sy9ma creative media corp, 2017

Maulana, Yusdi, *Tinjauan Nilai-Nilai Etika Pelayanan Islam Terhadap Sistem Pelayanan Pasien di Klinik Harapan Sehat Kecamatan Cilaku Kabupaten Cianjur*, EDUKASI: Jurnal Prosiding Keuangan dan Perbankan Syariah, Volume 5, No. 1, Februari 2019, http://karyailmiah.unisba.ac.id/index.php/hukum_ekonomi_syariah/article/view/16161/pdf, diakses pada 08 Juni 2020

Raco, *Metode Penelitian Kualitatif Jenis, Karakteristik dan Keunggulannya*, Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2010, <https://www.scribd.com/doc/178328751/Buku-Jozef-Raco-Metode-Penelitian-Kualitatif>, diakses pada 06 Mei 2020

Rafidah, *Kualitas Pelayanan Islam pada Perbankan Syariah*, EDUKASI: Jurnal Nalar Fiqh, volume 10, No. 2, Desember 2014, <https://media.neliti.com/media/publications/220478-kualitas-pelayanan-islami-pada-perbankan.pdf>, diakses pada 15 April 2020

Sellang, Kamaruddin, *Administrasi dan Pelayanan Publik Antara Teori dan Aplikasinya*, Yogyakarta: Ombak Tiga, 2016, https://www.researchgate.net/publication/331341122_ADMINISTRASI_DAN_PELAYANAN_PUBLIK_Antara_Teori_dan_Aplikasi, diakses pada 23 April 2020

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2015

Sujarweni, V.Wiratna, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015

Taufina, Verryza Agridita, *Kualitas Pelayanan dalam Perspektif Strategi Pelanggan di Bandara Sepinggan, Balikpapan*, EDUKASI: Jurnal

Pelayanan Publik, volume 1, No. 1, Januari 2014,
<http://journal.unair.ac.id/download-fullpapers-kmp967363e9c9full.pdf>,
diakses pada 23 April 2020

Taufiqurokhman, *Teori dan Perkembangan Manajemen Pelayanan Publik*,
Tanggerang: UMJ PRESS, 2018, http://taufiqurokhman.com/wp-content/uploads/2018/03/BUKU-PELAYANAN-PUBLIK_lengkap-rev.pdf, diakses pada 11 April 2020

<https://tafsirweb.com/37718-quran-surat-az-zalzalalah-ayat-7-8.html>, di akses pada
10 Juni 2020

<https://kbbi.web.id/pelayanan>, diakses pada 29 April 2020

<https://edoparnando27.wordpress.com/customer-service/>, Edoparnando,
Customer Service, diakses pada 09 Juni 2020

<https://tafsirweb.com/3121-quran-surat-at-taubah-ayat-105.html>, diakses pada 11
Juni 2020