

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Berkembangnya media sosial saat ini sudah pesat, hal ini mempengaruhi seseorang untuk berbelanja secara online, dengan kemudahan yang ditawarkan para *marketplace* yang berbelanja tanpa repot-repot datang langsung ketempat. Kemajuan internet saat ini semakin lama terus menjadi mutahir serta lalu bertumbuh. Terdapatnya teknologi ini sungguh menolong profit perekonomian orang dagang sebab mempunyai manfaat yang diterima banyak. kemajuan teknologi internet sudah membagikan kemudahan dalam berbicara yang saat ini bisa mengubah sikap pelanggan, serta sikap dikala mengambil ketetapan pembelian pula. Kemajuan itu menghasilkan banyaknya *e-commerce* yang bermunculan di Indonesia. Tipe *e-commerce* yang saat ini sudah bertumbuh cepat di Indonesia salah satunya ialah *e-commerce* bertipe *marketplace*.<sup>1</sup>

Bisnis online secepat ini telah semakin mengambil batin para pelanggannya sebab keringanan dalam pengaksesannya. Hendak namun bidang usaha online sesungguhnya tidak diperbolehkan bagi imam madzhab sebab mereka setuju kalau jual beli benda yang tidak terdapat ataupun terdapat mungkin tidak terdapat itu tidak legal. Namun dengan terdapatnya ketentuan masalah mursalah yang antara lain dapat diamalkan dalam situasi yang membutuhkan, yang seumpama perkaranya tidak dituntaskan dengan metode ini, hingga pemeluk bakal terletak dalam kesempitan hidup, dengan maksud wajib di tempuh buat menjauhkan umat dari kesusahan.<sup>2</sup> Sebab bisnis online telah jadi keinginan yang mengaitkan gaya hidup orang di era saat ini dimana *style* hidup disebabkan oleh sebagian aspek kemajuan teknologi serta kebiasaan warga sendiri, mereka merasa efisien serta lebih ekonomis dibanding jual beli *offline* alhasil ketidak bolehkan dalam jual beli benda yang tidak terdapat kemungkinan diperbolehkan.

Bisnis yang mengarah *profit* merupakan bidang usaha yang dibuat sematamata bermaksud mendapatkan profit buat

---

<sup>1</sup> Indah Tri Lestari, Widyastuti Widyastuti. Jurnal Ilmu Manajemen Volume 7 Nomor 2 – Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya (2019)

<sup>2</sup> Amir Syarifuddin, Ushul Fiqh, (Jakarta : Kencana, 2008) h. 360

tingkatkan ketenteraman pemilik serta karyawannya dan guna meningkatkan usaha lebih lanjut.

Bisnis *online* merupakan bidang usaha dengan memakai alat internet selaku alat penjualan sesuatu produk ataupun pelayanan. Produk yang dipromosikan berbentuk produk benda, produk digital serta produk pelayanan. Ilustrasi produk benda merupakan busana, masakan, elektronik serta lain- lain. Sebaliknya buat produk digital merupakan *e-book*, *audio*, *film*, serta aplikasi. Buat tipe pelayanan bisa berbentuk konsep grafis, pelayanan pemasangan promosi, pelayanan juru bahasa, serta lain serupanya.<sup>3</sup>

pelaksanaan teknologi komunikasi data yang dapat dipakai buat mendukung sistem perdagangan online merupakan *E-commerce*. *E-commerce* merupakan pemasaran yang dicoba lewat alat elektronik. Kecepatan kemajuan teknologi, komunikasi, serta data dan *E-commerce* membolehkan pelanggan buat membeli produk serta pelayanan dengan *cara online*. Pada dikala yang serupa, perkembangan yang cepat dari gerai online sudah mendesak kompetisi hebat diantara pemasaran *E-commerce* yang terus menjadi memandang pengalaman klien selaku suatu yang berarti. *E-commerce* jadi pengganti bidang usaha di masa modern yang searah dengan situasi pasar yang terus menjadi energik serta kompetisi yang bersaing, menyebabkan pergantian pada sikap pelanggan.<sup>4</sup>

Kemudahan itu tentu yang memicu seseorang yang lebih konsumtif dalam membeli barang. *Marketplace* seperti Shopee, Bukalapak, Tokopedia dll yang menawarkan kemudahan dalam berbelanja. Penelitian ini berfokus pada market place Tokopedia, yang dimana rating Tokopedia sendiri sudah 4,8 dan di download lebih dari 100 juta orang.

Tokopedia ialah sebagian perusahaan terbanyak di Indonesia yang melaksanakan pemasaran serta pembelian berplatform digital. PT Tokopedia sudah sukses jadi sebagian pabrik internet Indonesia dengan perkembangan yang sungguh kilat. Tokopedia menjunjung bentuk bidang usaha dalam mall online serta marketplace, Tokopedia membolehkan masing-masing orang, brand, serta gerai kecil supaya membuka serta mengatur toko *online*. Semenjak peresmian sampai akhir ini, jasa

---

<sup>3</sup> James Timothy, *Membangun Bisnis Online*, (Jakarta: Penerbit PT Elex Media Komputindo, 2010), hlm. 2

<sup>4</sup> *Ibid*, h. 2

dasar pada Tokopedia bisa dipakai buat seluruh konsumen dengan gratis.<sup>5</sup>

Dalam hal ini, sebagai mana yang di alami mas Farid dalam mengelola toko JURAGAN97\_ACC. Beliau mengalami kendala terkait dengan penjualan dikala terjadi dampak covid 19, penjualannya menurun drastis. Saat itu *owner* mengambil langkah sebagai inovasi baru yaitu membuat toko *online* di salah satu *market place* di Tokopedia yang bernama JURAGAN97\_ACC. Pada awalnya toko ini berjalan dengan sebagaimana mestinya. Namun dengan seiring berjalannya waktu terjadilah kendala mengenai beberapa hal, yaitu meliputi sumber daya manusia, yakni penurunan dari segi etos kerja, kualitas pelayanan, serta kekurangan pada admin yang kurang menguasai produk. Mulai dari situ *Owner* ingin meningkatkan kembali terkait dengan penjualan. Saat ini situasi di JURAGAN97\_ACC bisa di katakan sedang mengalami masalah yang cukup besar, keadaan di toko saat ini mulai dari penurunan dari segi etos kerja yang di akibatkan keterbatasan tenaga kerja, pengakuan dari karyawan mereka mengaku kecapean akibat fokus terbagi antara di toko *online* dan toko *offline* dan merasa kewalahan. Kemudian dari segi pelayanan seringkali admin telat membalas pesan dari calon pembeli, hal itu mengakibatkan gagalnya transaksi yang akan berlangsung, selain hal itu mengenai produk, admin kurang menguasai dalam segi produk yang dijual terutama produk yang baru. Jadi kalau ada calon pembeli menanyakan produk sering kali admin tidak tahu *spesifikasi* dari produk tersebut. Nah dari situlah masalah yang timbul dapat di carikan solusi dan strategi yang tepat agar penjualan toko dapat meningkat.

Melihat fenomena yang terjadi saat ini, banyak sekali minimnya etos kerja yang di miliki admin *olshop*. Etos kerja merupakan rakter serta tindakan, Kerutinan dan keyakinan, serta berikutnya, yang bertabiat spesial mengenai seseorang orang ataupun sekelompok orang.<sup>6</sup> Terkait dengan pengertian tersebut banyak admin yang belum menerapkan etos kerja dengan baik.

Bagi Sinamo, etos kerja yakni sikap kegiatan positif yang bersumber pada kerjasama yang pekat, agama yang *elementer*,

---

<sup>5</sup> Indah Tri Lestari,Widyastuti Widyastuti. Jurnal Ilmu Manajemen Volume 7 Nomor 2 – Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya (2019)

<sup>6</sup>Mohammad Irham, "Etos Kerja Dalam Persepektif Islam", *Jurnal Substantia*, Vol. 14, No. 1, April 2012, 11

diiringi komitmen yang keseluruhan pada pandangan kegiatan yang integral. Sebutan paradigma disini artinya rancangan penting mengenai kegiatan itu sendiri yang melingkupi *idealisme* yang melandasi, prinsip yang menata, nilai yang memindahkan, sikap yang dimunculkan, standar yang akan dicapai, tercantum kepribadian penting, pikiran dasar, isyarat etik, isyarat akhlak, serta isyarat sikap untuk para pengikut.<sup>7</sup> Etos kerja bisa tercipta bila seseorang pegawai mempunyai kemauan buat bisa melaksanakan sesuatu profesi dengan hasil yang menyenangkan ataupun hasil yang maksimum. Etos kerja wajib dipunyai tiap pegawai dalam melakukan pekerjaannya supaya mereka bisa bertugas dengan bagus serta *efisien*.

Pegawai yang mempunyai etos kerja yang kecil kala melaksanakan pekerjaannya hadapi kerugian yang diakibatkan sebab pegawai tidak bertugas dengan semua keahlian yang dipunyanya. Kebalikannya dengan etos kerja yang besar bisa menolong tingkatan produktifitas kegiatan pegawai serta membagikan hasil kegiatan yang maksimal.

Etos kerja yang diartikan dalam riset ini merupakan antusias yang amat kokoh buat melakukan suatu perihal dengan cara maksimal, lebih bagus buat menggapai jumlah serta mutu kegiatan yang semaksimal mungkin. Etos kerja ialah aturan nilai yang melingkupi disiplin, jujur, yakin diri, tanggung jawab, mandiri, serta menjalankan komunikasi.

Kinerja pegawai yakni hasil ataupun hasil kegiatan pegawai yang ditaksir dari bidang mutu ataupun jumlah bersumber pada standar kegiatan yang ditetapkan oleh pihak organisasi. Kemampuan yang bagus merupakan kemampuan yang maksimal yang cocok dengan standar badan serta mensupport teraihnya sasaran organisasi. Organisasi yang bagus merupakan organisasi yang berupaya tingkatan keahlian sumber daya manusianya, sebab perihal itu ialah aspek kunci buat menambah kemampuan pegawai supaya bawa perkembangan serta kesuksesan alhasil bisa menggapai tujuan serta kesinambungan hidup pada mutu kemampuan sumber energi orang yang terdapat didalamnya.<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup> Sinamo, Jansen H, Etos Kerja Profesional Navigator Anda Menuju Sukses, (Jakarta: PT Spirit Mahardika, 2011), hal 35.

<sup>8</sup> Regina Aditya Reza, "Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Motivasi dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan PT Sinar Santosa Perkasa Banjarnegara", Skripsi (Semarang, Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro), hal (tidak di terbitkan).

Pegawai dituntut buat sanggup menuntaskan kewajiban serta tanggung jawab dengan cara efisien serta berdaya guna. Pegawai yang mempunyai etos kerja yang besar serta bergairah bisa membagikan efek positif dilingkungannya. Sebaliknya apabila kemampuan pegawai menyusut serta kurang baik hingga bakal merugikan pemerintah itu alhasil pemerintahan wajib bisa mengatur pegawai dengan bagus supaya kemampuan pegawai bisa maksimum, tidak terdapat bentrokan antar pegawai dan tercapainya kebahagiaan kegiatan pegawai. Dengan etos kerja serta disiplin kerja besar yang dipunyai oleh karyawan dalam bertugas bakal menciptakan kemampuan yang lebih besar dalam melakukan profesinya alhasil akan berpengaruh kepada meningkatnya penjualan produk di Toko Online JURAGAN97\_ACC.

Bukan hanya etos kerja, peneliti juga mengamati terkait dengan sistem pelayanan olshop para admin banyak kurang ramah, kurang merespon pada setiap keluhan konsumen. Pada aspek pelayanan dalam sistem jual beli didefinisikan Pelayanan merupakan tiap aksi ataupun aktivitas yang bisa ditawarkan oleh sesuatu pihak pada pihak lainnya, yang pada dasarnya tidak berbentuk serta tidak menyebabkan kepunyaan apapun.<sup>9</sup>

Persaingan bisnis serta usaha pada masa globalisasi berusia ini terus menjadi cepat. Kompetisi yang terus menjadi kencang diharuskan pelakon upaya buat memiliki kelebihan bersaing supaya sanggup bertahan serta bersaing dengan kompetitor upaya yang lain. Usaha yang bisa dicoba merupakan dengan tingkatan mutu produk dan mutu jasa.<sup>10</sup>

Mutu jasa ialah salah satu aspek bernilai dalam menambah daya saing. keinginan dari konsumen tiap dikala senantiasa berganti alhasil mutu jasa yang diserahkan pula wajib dicocokkan. Klien bakal memperhitungkan jasa yang diserahkan oleh sesuatu industri dengan menyamakan dari industri satu dengan industri lain yang semacam, pula dengan menyamakan

---

<sup>9</sup> Indra Kanedi Dkk, "Sistem Pelayanan Untuk Meningkatkan Pengunjung Pada Perpustakaan Arsip dan Dokumentasi Kota Bengkulu", *Jurnal Pseudocode*, Volume IV Nomor 1, Februari 2017, ISSN 2355-5920, 38

<sup>10</sup> Wildan Sulaksana, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Pada Kepuasan Konsumen Bengkel Global Motor Yogyakarta", (Skripsi: Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma, 2017), h. 1

jasa yang diperoleh dengan jasa yang diinginkannya.<sup>11</sup> Mutu jasa ialah sesuatu situasi yang berkaitan dengan sejauh mana sisi fasilitator pelayanan bisa membagikan wujud jasa yang cocok dengan impian konsumen.<sup>12</sup>

Jasa kepada klien ialah aspek berarti dalam upaya melancarkan pemasaran serta pembelian. Dengan membagikan jasa yang bagus pada semua klien bakal sungguh mempengaruhi besar kepada penjualan serta pembelian. Oleh sebab itu industri wajib mempertimbangkan berartinya jasa pada klien dengan cara lebih matang. Berkaitan besarnya dampak penjualan yang bertambah berakibat kepada pembelian produk yang dijual alhasil klien membeli benda lebih banyak.

Industri yang berfokus pada jasa berupaya membagikan kepuasan kepada klien, salah satu metode industri tingkatkan kepuasan pelanggannya ialah dengan metode merendahkan biayanya ataupun tingkatkan pelayanannya, namun perihal itu bisa menyebabkan keuntungan industri menyusut. Industri bakal berperan bijak dengan menghitung kepuasan klien dengan cara tertata, sebab salah satu kunci buat menjaga klien merupakan kepuasan klien.<sup>13</sup>

Tiap pelaku usaha berupaya di masing- masing jenis bidang usaha diharuskan buat mempunyai *sensibilitas* kepada tiap pergantian yang terjalin, serta menaruh arah pada kebahagiaan klien selaku tujuan penting industri dalam membagikan kesenangan pada *klien*, wajib menekuni lebih dulu kemauan serta keinginan pelanggan pada dikala ini serta yang bakal tiba. Kualitas merupakan jaminan terbaik atas kesetiaan klien, pertahanan terkuat industri dalam mengalami kompetisi, serta salah satunya jalan buat menjaga perkembangan serta pemasukan.<sup>14</sup>

Memanglah tidak gampang jadi yang terbaik, tidak hanya wajib menyediakan mutu jasa terbaik pula terdapat aspek pola

---

<sup>11</sup> Indra Wahyu Dianto, "Analisis Kepuasan Konsumen Waroeng Steak & Shake Jl.Cendra wasih No.30 Yogyakarta", (Skripsi: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, 2013), h.2

<sup>12</sup> Abdur Rohman, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Bengkel Mr. Montir Citayam", (Skripsi: Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Negeri Syarif Hidayatullah, 2017), h.21

<sup>13</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Marketing Management Thirteenth Edition*, alih bahasa Bob Sabran, Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas, jilid I, (Jakarta, Erlangga, 2009), h.139-140

<sup>14</sup> Philip Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran Jilid I, Edisi ke 13*, (Jakarta: Erlangga), 2009, h. 189.

sikap pelanggan yang tidak gampang diduga, terlebih di Indonesia tersusun bermacam berbagai adat, alhasil mempunyai macam pola sikap yang berlainan pula. Kalau salah satu aspek penting yang wajib dicermati oleh industri dalam tingkatan kepuasan pelanggan merupakan mutu jasa.<sup>15</sup>

Hal jasa dalam kaitannya dengan kegiatan ataupun bidang usaha Islam, seseorang pelakon bidang usaha mukmin diwajibkan bersikap dalam bidang usaha mereka cocok yang direkomendasikan Al- Qur' an serta Sunnah. Santun satun merupakan pondasi utama serta inti dari kebaikan aksi laris, beliau pula ialah basic dari jiwa menjalani dalam bidang usaha.<sup>16</sup> Dalam hal ini para admin Toko Online JURAGAN97\_ACC diharapkan agar lebih meningkatkan lagi kualitas pelayanan. Dengan uapaya tersebut para calon pembeli akan lebih merasa nyaman dan merasa puas, sehingga akan meningkatkan penjualan toko online.

Peneliti juga mengamati bahwasannya banyak admin olshop yang tidak mengetahui produk yang di tawarkan kepada konsumen, mulai dari spek barang , bahan, dan barang yang dijual tidak sesuai dengan deskripsi pada barang. Sehingga hal ini yang membuat para konsumen banyak memberi rating yang kurang baik pada akun olshop tersebut. Kualitas produk yang baik sangat di perlukan untuk menunjang akun olshop tersebut, jika melihat suatu barang dari segi kualitas yang baik definisinya merupakan totalitas keseluruhan serta karakter dari produk ataupun layanan yang mempengaruhi keahlian buat melegakan keinginan bagus yang diklaim ataupun tersirat.<sup>17</sup> Dengan adanya peningkatan kualitas produk akan memberikan kepercayaan serta dapat memberikan keputusan pembelian.

Produk ialah seluruh suatu yang ditawarkan oleh industri buat dibeli, dipakai, serupa dengan keinginan serta kemauan pelanggan. Kualitas sesuatu benda pada biasanya diukur dengan tingkatan kebahagiaan pelanggan ataupun klien. Sebesar apa kepuasan yang didapat klien terkait dari tingkatan kesesuaian pemakaian tiap- tiap klien.

---

<sup>15</sup> Rambat Lupiyoadi. *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat), 2001, h. 78.

<sup>16</sup> Muhammad Syakir Sula, "Asuransi Syariah: Konsep dan Sistem Oprasional", (Jakarta: Gema Insani Press, 2004), h.747.

<sup>17</sup> Philip Kotler, dkk, *Manajemen Pemasaran dari Sudut Pandang Asia*, (Jakarta Indeks, 2004), 94.

Dalam hal ini admin olshop harus memahami setiap kemauan konsomen untuk Meningkatkan penjualan, sedangkan arti penjualan merupakan Penjualan merupakan sesuatu upaya yang terstruktur buat meningkatkan rencana penting yang ditunjukan pada upaya pemenuhan keinginan serta kemauan konsumen, untuk memperoleh pemasaran yang menciptakan keuntungan. Penjualan ialah asal muasal hidup sesuatu industri, sebab dari pemasaran bisa didapat keuntungan dan sesuatu upaya menarik pelanggan yang dupayakan buat mengenali daya raih mereka alhasil bisa mengenali hasil produk yang dihasilkan. Penjualan yakni sesuatu memindahkan hak atas barang- barang. Dari uraian itu dalam memindahkan ataupun mengirim benda serta pelayanan dibutuhkan banyak orang yang bertugas dibidang pemasaran semacam penerapan bisnis, agen, wakil pelayanan serta wakil pemasaran.<sup>18</sup>

Produk mempunyai maksud berarti untuk industri sebab tanpa terdapatnya produk, industri tidak hendak bisa melaksanakan apapun dari usahanya. Pelanggan hendak membeli produk jika terpikat serta merasa sesuai, oleh sebab itu produk wajib dicocokkan dengan kemauan atau keinginan konsumen supaya penjualan produk sukses. Bagi Kotler kualitas produk yakni totalitas karakteristik dan dari sesuatu produk ataupun jasa pada keahlian buat melegakan keinginan yang diklaim tersirat.<sup>19</sup>

Bagi Lupiyoadi terdapat 5 aspek penting yang pengaruhi kepuasan pelanggan ialah, mutu produk, mutu layanan, emosional, harga serta anggaran. Pelanggan bakal merasa puas apabila hasil penilaian mereka membuktikan kalau produk yang mereka maanfaatkan bermutu. Umumnya pelanggan dalam memakai produk sesuatu industri hendak membandingkan harga, memilah layanan yang terbagus serta memilah fasilitator produk yang disempurnakan dengan sarana yang aman serta komplit.

Konsumen ialah wujud orang ataupun golongan yang memiliki kedudukan urgent untuk industri. Perihal ini diakibatkan kehadiran pelanggan memiliki akses kepada keberadaan produk di pasaran alhasil seluruh aktivitas industri hendak di usahakan buat dapat menempatkan produk supaya bisa diperoleh oleh pelanggan. Keberadaan keinginan yang karakternya heterogen setelah itu jadi bawah untuk pelanggan buat melaksanakan aksi penentuan atas tersedianya bermacam

---

<sup>18</sup> Winardi, *Kamus Ekonomi*, (Bandung: Alumni, 1982), 97.

<sup>19</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran* ( Jakarta: Indeks, 2005, 49.)



pengganti produk.<sup>20</sup> Untuk menarik minat calon pembeli hendaknya sebuah toko online memberikan banyak pilihan produk dan variasi produk, tentunya seorang admin harus memahami setiap produk yang di jual agar ketika di tanya calon pembeli nanti tidak kaku dan mampu memberikan penjelasan yang baik, mengenai detail produk serta kualitas produk, sehingga calon pembeli akan berbelanja dengan nyaman .

Dengan cara umum, produk bisa dipecah jadi 2 tipe ialah produk mengkonsumsi serta produk pabrik. Produk mengkonsumsi merupakan ialah tiap produk yang dipakai oleh pelanggan akhir. Dalam perihal ini, produk yang dibeli bakal terbuat jadi produk lainnya ataupun juga dijual balik dengan sasaran mencari profit. Kualitas produk merupakan sebagian perlengkapan berarti untuk penjualan buat memutuskan posisi. Arti mutu produk berarti keahlian produk buat melakukan gunanya, tercantum didalam keawetan, keandalan, akurasi, keringanan dipergunakan serta diperbagus, Dan ciri berharga yang lainnya.<sup>21</sup> Seorang admin olshop harus memenuhi syarat mulai dari etos kerja, pelayanan, kualitas produk guna meningkatkan penjualan.

Mutu produk merupakan aspek penentu kebahagiaan pelanggan sehabis melaksanakan pembelian serta konsumsi kepada sesuatu produk. Dengan mutu produk yang bagus hingga kemauan serta keinginan pelanggan kepada sesuatu produk hendak terkabul. Mutu produk merupakan sesuatu situasi dari suatu benda bersumber pada pada evaluasi dengan standar ukur yang sudah ditetapkan. Terus menjadi cocok standar yang diresmikan hingga hendak ditaksir produk itu terus menjadi bermutu.<sup>22</sup>

Dengan terdapatnya mutu produk serta mutu jasa yang bagus sanggup bersaing( bersaing), pastinya pula bakal pengaruhi rasa keyakinan pelanggan. Bagi Morgan serta Hunt dalam jasar mendeskripsikan keyakinan merupakan rasa yakin, pada mitra dimana seorang berkaitan.<sup>23</sup>

---

<sup>20</sup> Mabruroh,2003.1Membangun Kepuasan Konsumen dan Akses Loyalitasl.benefit.vol.7.No2. Desember 2003, h.167.

<sup>21</sup> Suliyanto, studi kelayakan bisnis :pendekatan praktis,andy yogyakarta.Hal.159

<sup>22</sup> Hani T Handoko, Manajemen; Edisi Kedua, Cetakan Ketigabelas,(Yogyakarta : BPFE, 2002), hlm. 23.

<sup>23</sup> Farida Jasar, Perbedaan Peranan Tingkat Kepuasan, Kepercayaan, danKomitmen Pelanggan Hotel : Studi Tentang Service Relationship pada Hotel di Jakarta dan Bogor. Jurnal Bisnis dan Akuntansi. Volume 4. No 1, 2002, Hal 54-73.

Bersumber pada penjelasan diatas hingga periset mau menelaah lebih dalam terkait judul penelitian “Analisis Etos Kerja, Pelayanan dan kualitas produk dalam meningkatkan penjualan softcase pada akun tokopedia @JURAGAN97\_ACC.

## **B. Fokus Penelitian**

Adapun fokus Penelitian ini adalah: Etos Kerja, Pelayanan dan kualitas produk dalam meningkatkan penjualan softcase pada akun tokopedia @JURAGAN97\_ACC.

## **C. Rumusan Masalah**

Serupa dengan kerangka balik permasalahan itu di atas, kesimpulan permasalahan dengan cara nyata hendak bisa dipakai selaku prinsip dalam memastikan tahapan berikutnya. Ada pula utama kasus dalam riset ini merupakan:

1. Bagaimana analisis strategi penjualan softcase online dalam perspektif manajemen bisnis islam untuk meningkatkan penjualan JURAGAN97\_ACC?
2. Apa saja faktor pendukung dan penghambat dalam analisis strategi penjualan softcase online dalam perspektif manajemen bisnis islam untuk meningkatkan penjualan JURAGAN97\_ACC?

## **D. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian yakni:

1. Untuk mengetahui analisis strategi penjualan softcase online dalam perspektif manajemen bisnis islam untuk meningkatkan penjualan JURAGAN97\_ACC
2. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat dalam analisis strategi penjualan softcase online dalam perspektif manajemen bisnis islam untuk meningkatkan penjualan JURAGAN97\_ACC?

## **E. Manfaat Penelitian**

1. Secara Teoritis
  - a. Dengan cara teoritis bisa menaikkan hasanah dalam bidang keilmuan manajemen bisnis syariah.
  - b. Penelitian ini bermaksud buat menelaah mendalam lagi terpaut dengan permasalahan pemasaran sehingga aspek pemasaran pada kajian ini bisa dikaitkan dengan teori-teori dalam mata kuliah manajemen pemasaran.

2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan memberikan sumbangsih pada ilmu manajemen syariah di perpustakaan IAIN kudus.
- b. Penelitian ini diharapkan memberikan referensi bagi mahasiswa.

**F. Sistematika Penulisan**

Dalam penyusunan penelitian ini, biar bisa dimengerti dan dipahami pembahasannya, dan mendapatkan hasil yang maksimum, butuh terdapatnya suatu penataan penyusunan buat menata sesuatu catatan dalam riset supaya lebih teratur dengan rapi. Penataan penyusunan hasil riset ini pada dasarnya dipecah ke dalam sebagian ayat serta sebagian sub bab ulasan. Ada pula rinciannya merupakan selaku selanjutnya:

1. Bagian Awal

Bagian ini terdiri dari Halaman Judul, Halaman Persetujuan Pembimbing, Halaman Pengesahan, Halaman Pernyataan, Abstrak dan lain-lain.

2. Bagian Isi

**BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bab ini peneliti menjelaskan tentang latar belakang masalah yang menjadi acuan penelitian skripsi. Selain itu berisikan Fokus penelitian, Rumusan masalah, Tujuan penelitian, fokus penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

**BAB II : KERANGKA TEORI**

Bab ini berisi konsep dan teori-teori yang relevan yang digunakan untuk menganalisis dalam penelitian yang meliputi teori-teori tentang moderasi beragama, penelitian terdahulu, dan kerangka berpikir.

**BAB III: METODE PENELITIAN**

Pada bab ini peneliti menjelaskan tentang metode penelitian yang meliputi jenis dan pendekatan penelitian, subyek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

**BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini menjelaskan mengenai gambaran umum obyek penelitian dan deskripsi penelitian serta analisis data mengenai peran penting etos kerja, pelayanan, kualitas produk dan faktor pendukung serta penghambat untuk meningkatkan penjualan di toko *online* JURAGAN97\_ACC.

## BAB V: PENUTUP

Pada bab terakhir ini menguraikan tentang kesimpulan dari hasil dan pembahasan penelitian pada bab sebelumnya, serta memberikan beberapa saran untuk mengatasi permasalahan yang ada.

### 3. Bagian Akhir

Pada bagian akhir meliputi daftar pustaka, lampiran dan riwayat pendidikan penulis dan lain-lain.

