

**TINJAUAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP  
LAYANAN PURNA JUAL PRODUK ELEKTRONIK  
(Studi Kasus Di Sharp *Service Center* Cabang Cirebon)**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat  
untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
pada Program Studi Ekonomi Syariah



Oleh :

**NUROHMAN**  
NIM: 2014.1.3.00247

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**INSTITUT AGAMA ISLAM  
BUNGA BANGSA CIREBON  
TAHUN 2019**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Layanan Purna Jual Produk Elektronik (Studi Kasus Di Sharp Service Center Cabang Cirebon).”** beserta isinya adalah benar-benar karya sendiri, dan saya tidak melakukan penjiplakan atau mengutip yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat akademik.

Atas pernyataan diatas, saya siap menanggung resiko atau sanksi apapun yang dijatuhkan kepada saya sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan, atau ada klaim keaslian karya saya ini.

Cirebon, 10 Desember 2018

Yang membuat pernyataan,



**NUROHMAN**

NIM. 2014.1.3.00247

## PERSETUJUAN

**TINJAUAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP  
LAYANAN PURNA JUAL PRODUK ELEKTRONIK  
(Studi Kasus Di Sharp *Service Center* Cabang Cirebon)**

Oleh :

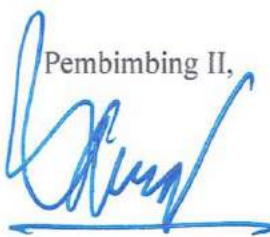
**NUROHMAN**  
NIM. 2014.1.3.00247

Menyetujui,

Pembimbing I,

  
**H. Ahmad Munajim, MM**  
NIDN. 2117086801

Pembimbing II,

  
**H. Tarjono, MM**  
NIDN. 9921011724

## NOTA DINAS

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas  
Ekonomi dan Bisnis Islam  
IAI Bunga Bangsa  
Cirebon  
Di  
Cirebon

*Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

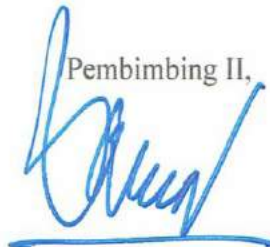
Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari Nurohman Nomor Induk Mahasiswa 2014.1.3.00247, berjudul "Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Layanan Purna Jual Produk Elektronik (Studi Kasus Di Sharp Service Center Cabang Cirebon)." Bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam untuk di munaqosahkan.

*Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Pembimbing I,

  
**H. Ahmad Munajim, MM**  
NIDN. 2117086801

Pembimbing II,

  
**H. Tarjono, MM**  
NIDN. 9921011724

## PENGESAHAN

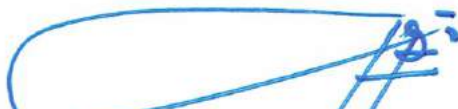
Skripsi yang berjudul “**Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Layanan Purna Jual Produk Elektronik (Studi Kasus Di Sharp Service Center Cabang Cirebon).**” oleh **Nurohman** NIM. 2014.1.3.00247, telah diajukan dalam Sidang Munaqosah Program Study Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Bunga Bangsa Cirebon pada tanggal 23 Januari 2019.

Skripsi ini diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) pada Program Study Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Bunga Bangsa Cirebon.

Cirebon, 23 Januari 2019


Sidang Munaqosah

Ketua  
Merangkap Anggota,



**H. Oman Fathurohman, M.A**  
NIDN. 8886160017

Sekretaris  
Merangkap Anggota,



**Drs. Sulaiman, M.MPd**  
NIDN. 2118096201

Penguji I,



**Taufik Ridwan, M.Hum**  
NIDN. 2118018201

Penguji II,



**Jajat Darojat, S.Pd.I, M.S.I**  
NIDN. 2126128601

## ABSTRAK

### **NUROHMAN, NIM. 2014.1.3.00247 TINJAUAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP LAYANAN PURNA JUAL PRODUK ELEKTRONIK (STUDI KASUS DI SHARP *SERVICE CENTER* CABANG CIREBON)**

Persaingan perdagangan di era globalisasi dan kemajuan teknologi ini sangat terbuka. Perusahaan produk elektronik bersaing untuk menarik minat konsumen membeli produk yang ditawarkan dan meningkatkan penjualan. Beraneka ragamnya merk dagang menuntut konsumen selektif memilih produk. Setiap produk elektronik pasti akan mengalami masalah maka dibutuhkan layanan purna jual yang mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan. Islam mengajarkan etika bisnis yang harus ditaati sehingga mendapatkan hasil yang halal dan tidak merugikan pihak lain.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui layanan purna jual produk elektronik di Sharp *Service Center* Cirebon, mengetahui tinjauan etika bisnis Islam terhadap layanan purna jual dan mengetahui faktor-faktor penghambat layanan purna jual produk elektronik di Sharp *Service Center* Cirebon .

Metodologi dalam penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kualitatif Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*) dan sifat penelitian adalah *deskriptif analitik*. Data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu metode observasi, wawancara, dokumentasi dan triangulasi. Teknik pengolahan data menggunakan teknik analisis data *deskriptif*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Sharp *Service Center* cabang Cirebon memberikan pelayanan purna jual terbaik untuk konsumen yang telah menggunakan produk Sharp. Pelayanan yang ramah, cepat, nyaman dan hasil perbaikan yang berkualitas selalu diupayakan untuk semua pengguna produk Sharp. Sharp *Service Center* melayani perbaikan produk elektronik Sharp yang bergaransi dan tidak bergaransi dengan jenis program pelayanan yaitu layanan kunjungan ke rumah (*in home service*) dan layanan perbaikan di *Service Center* (*carry in service*).

Pelayanan purna jual Sharp *Service Center* Cirebon menerapkan etika bisnis dalam Islam. PT. Sharp Electronics Indonesia melaksanakan tanggung jawab terhadap konsumen dengan semboyan kejujuran dan daya cipta Sharp *Service Center* memberikan layanan berkualitas dan pelayanan prima (*service excellence*). Sharp memberikan jaminan atau garansi terhadap semua produk elektronik yang dipasarkan. Pemberian garansi merupakan bentuk praktek jual beli dalam Islam yaitu *khiyar*. Hambatan dalam pelayanan purna jual produk elektronik di Sharp *service center* Cirebon diantaranya faktor informasi, ketersediaan suku cadang, sumber daya manusia, dan kelalaian konsumen. Diharapkan Sharp terus mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan terhadap konsumen sehingga dapat terus bersaing dengan merk dagang lain.

Kata kunci: Etika Bisnis Islam, Layanan Purna Jual, Produk Elektronik.

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmanirrahim*

Dengan menyebut nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat dan hidayah-Nya berupa ilmu pengetahuan, petunjuk dan kesehatan, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Shalawat serta salam semoga tetap terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW dan juga keluarga, sahabat, serta para pengikut berliu.

Penulisan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bimbingan, dorongan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis haturkan terimakasih kepada:

1. Bapak Drs. H. Basuni, Ketua Yayasan Pendidikan Bunga Bangsa Cirebon.
2. Bapak H. Oman Fathurohman, M.A. Rektor Institut Agama Islam Bunga Bangsa Cirebon yang telah memberikan kesempatan untuk menuntut ilmu di IAI BBC.
3. Bapak Drs. Sulaiman, M.MPd. Wakil Rektor dan Dekan Fakultas Tarbiyah Institut Agama Islam Bunga Bangsa Cirebon.
4. Bapak Dr. Muhammadun, M.S.I. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Bunga Bangsa Cirebon.
5. Bapak H. Ahmad Munajim, MM. Ketua Prodi Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Bunga Bangsa Cirebon dan sekaligus Dosen Pembimbing I.
6. Bapak H. Tarjono, MM. Selaku Dosen Pembimbing II.
7. Bapak Taufik Ridwan, M.Hum. Selaku Dosen Penguji I.
8. Bapak Jajat Darojat, S.Pd.I, M.S.I. Selaku Dosen Penguji II.

9. Bapak Sutanto selaku Branch Manager PT. Sharp Electronics Indonesia cabang Cirebon, terima kasih telah memberikan izin untuk melaksanakan penelitian di Sharp *service center* cabang Cirebon.
  10. Bapak Risam selaku Kepala Bagian *Costumer Satisfaction* Sharp *service center* cabang Cirebon.
  11. Bapak Rudi Herudin, A.Md. Staff bagian administrasi *spare part*.
  12. Semua staff dan karyawan yang telah bekerjasama dan memberikan informasi selama penelitian di Sharp *Service Center* cabang Cirebon.
  13. Konsumen produk elektronik Sharp dan infroman yang bersedia dalam memberikan informasi dalam penelitian di Sharp *Service Center* cabang Cirebon.
  14. Bapak Wawan Suwandi dan Ibu Saheti selaku orang tua terima kasih atas do'a dan restunya.
  15. Ibu Susi, S.Pd. selaku istri, dan keluarga serta anak-anak, terima kasih atas dukungan dan bantuanya.
  16. Semua pihak yang telah mendukung dan membantu pelaksanaan penelitian di Sharp *Service Center* cabang Cirebon
- Semoga segala bantuan dan kebaikan tersebut mendapat limpahan balasan dari Allah SWT. Akhirnya penyusun berharap semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi pembaca. *Aamiin*.

Cirebon, 23 Januari 2019

Penyusun



## DAFTAR ISI

|   |           |
|---|-----------|
| Halaman Judul.....                      | i         |
| Surat Pernyataan Keaslian Skripsi ..... | ii        |
| Lembar Pengesahan .....                 | iii       |
| Persetujuan Pembimbing.....             | iv        |
| Pengesahan Penguji.....                 | v         |
| Abstrak .....                           | vi        |
| Kata Pengantar .....                    | vii       |
| Daftar Isi.....                         | ix        |
| Daftar Gambar.....                      | xi        |
| Daftar Lampiran .....                   | xii       |
| <b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>          | <b>1</b>  |
| A. Latar Belakang Masalah .....         | 1         |
| B. Identifikasi Masalah.....            | 7         |
| C. Fokus Masalah dan Subfokus .....     | 8         |
| D. Rumusan Masalah.....                 | 9         |
| E. Tujuan Penelitian .....              | 9         |
| F. Kegunaan Penelitian .....            | 10        |
| G. Sitematika Penulisan.....            | 11        |
| <b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>      | <b>12</b> |
| A. Deskripsi Teoritik .....             | 12        |
| 1. Etika Bisnis Islam .....             | 12        |
| a. Prinsip Bisnis dalam Islam.....      | 14        |
| b. Fungsi Etika Bisnis Islam .....      | 15        |
| 2. Layanan Purna Jual .....             | 16        |
| a. Pengertian Layanan Purna Jual .....  | 16        |
| b. Komponen Layanan Purna Jual .....    | 17        |
| c. Layanan Purna Jual dalam Islam.....  | 19        |
| 3. Produk Elektronik.....               | 21        |
| B. Hasil Penelitian yang Relevan .....  | 23        |

|   |    |
|---|----|
| C. Kerangka Pemikiran/konseptual .....  | 26 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....  | 27 |
| A. Desain Penelitian .....  | 27 |
| B. Waktu dan Tempat Penelitian.....   | 28 |
| C. Data dan Sumber Data .....   | 28 |
| D. Teknik Pengumpulan Data.....   | 28 |
| E. Teknik Pengolahan Data .....   | 30 |
| F. Pemeriksaan Keabsahan Data .....   | 32 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....   | 34 |
| A. Deskripsi Data Hasil Penelitian .....  | 34 |
| 1. Profil Sharp <i>Service Center</i> Cirebon.....  | 33 |
| 2. Layanan Purna Jual Sharp.....  | 36 |
| a. Layanan berkualitas .....  | 36 |
| b. Layanan Prima .....  | 37 |
| c. Pusat Layanan Konsumen ( <i>Customer Care Center</i> ).....  | 38 |
| 3. Struktur Organisasi Sharp <i>Service Center</i> Cirebon .....  | 39 |
| B. Pembahasan.....  | 41 |
| 1. Pelayanan Purna Jual Produk Elektronik Di Sharp <i>Service Center</i><br>Cirebon.....  | 41 |
| 2. Pandangan Etika Bisnis Islam Terhadap Pelayanan Purna Jual<br>Produk Elektronik Di Sharp <i>Service Center</i> Cirebon ..... | 57 |
| 3. Hambatan Pelayanan Purna Jual Produk Elektronik Di Sharp<br><i>Service Center</i> Cirebon .....                              | 60 |
| C. Keterbatasan Penelitian.....   | 64 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....   | 66 |
| A. Kesimpulan .....   | 66 |
| B. Saran .....  | 68 |
| DAFTAR PUSTAKA .....  | 69 |
| LAMPIRAN  |    |

## DAFTAR GAMBAR

|   |    |
|---|----|
| Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....  | 26 |
| Gambar 4.1 Struktur Organisasi Sharp <i>Service Center</i> cabang Cirebon ..... | 40 |

## DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Keputusan Penetapan Dosen Pembimbing
2. Bukti Tatap Muka Bimbingan Skripsi
3. Surat Keterangan Penelitian
4. Triangulasi Data
5. Brosur Layanan Purna Jual Sharp
6. Kartu Garansi Sharp
7. Foto-Foto
  - a. Kantor Sharp *Service Center* Cirebon
  - b. Kegiatan Pelayanan Di CSO
  - c. *Sharp Mobile Service Station* (SMSS)
  - d. Kendaraan Layanan Kunjungan
  - e. Ruang *Service Audio Video* (AV)
  - f. Ruang *Service Home Appliances* (HA)
8. Produk Elektronik Sharp
9. Data Informan
10. Biodata Penulis

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Persaingan di dunia perdagangan saat ini terbilang sangat ketat, apalagi dengan adanya globalisasi yang menyebabkan munculnya perdagangan bebas yang membuat dunia seolah tanpa batas. Banyak produsen barang dan jasa yang bersaing untuk menarik minat konsumen. Kebutuhan manusia untuk memberikan kenyamanan dalam kehidupan sehari-hari menjadi bisnis yang sangat menarik. Untuk membantu dalam urusan rumah tangga dibutuhkan produk elektronik diantaranya mesin cuci, lemari es, televisi, dan lainnya. Produk elektronik tersedia berbagai merk, dalam persaingan penjualan produk elektronik untuk menarik minat konsumen membeli produk yang ditawarkan dan meningkatkan penjualan maka dibutuhkan adanya promosi yang efektif, harga yang kompetitif dibandingkan harga yang ditawarkan pesaing, kualitas produk yang bermutu dan juga layanan purna jual yang mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan.

Keputusan pembelian produk elektronik tergantung kepada hal apa yang apa paling berpengaruh terhadap perilaku konsumen. Perilaku konsumen adalah studi bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan menempatkan barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka.<sup>1</sup> Ketika membeli sebuah produk elektronik konsumen banyak menanyakan hal berkaitan dengan

---

<sup>1</sup> Kotler, P. dan G. Armstrong. *Manajemen Pemasaran. Jilid 2*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), h. 214.

produk, kualitas produk dan pelayanan purna jual. Pertanyaan yang paling banyak berkaitan layanan purna jual. Kebutuhan akan layanan purna jual merupakan kepastian karena pada kenyataannya produk elektronik yang dipergunakan konsumen dalam kehidupan sehari-hari memerlukan perawatan dan perbaikan. Dibeberapa kasus kerusakan terjadi tidak lama setelah pembelian, hal ini tentunya akan membuat konsumen kecewa. Penyebab kerusakan berbagai macam diantaranya yaitu kesalahan pengguna sendiri, gangguan kelistrikan, bencana alam dan lain-lain. Keadaan ini akan menjadi perhatian bagi perusahaan untuk keberlangsungan perusahaan tersebut. Dalam bisnis keberadaan konsumen sangatlah penting dan merupakan aset yang harus dipelihara. Membangun kepercayaan konsumen atas sebuah produk atau brand sangatlah penting dan salah satu upaya yang dilakukan yaitu dengan layanan purna jual yang mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan.<sup>2</sup>

Layanan purna jual adalah pelayanan yang diberikan perusahaan sebagai tanggung jawab atas produk yang telah dijual. Apabila suatu perusahaan akan mengeluarkan produk maka sebaiknya harus disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Layanan purna jual merupakan tanggung jawab penjual atas kualitas barang yang dijualnya yang dapat diberikan dalam bentuk konsultasi lanjutan atau garansi berupa penggantian barang rusak, pemeliharaan, perbaikan, penyediaan suku cadang dan sebagainya. Dalam bisnis Islam keberadaan layanan purna jual merupakan bagian dari rangkaian bisnis yang sangat diperhatikan, karena dalam bisnis Islam terdapat etika

---

<sup>2</sup> Veithzal Rivai Zaenal, dkk., *Islamic Marketing Management*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2017), h. 173.

bisnis yang harus ditaati sehingga dalam bisnis tidak hanya mendapatkan keuntungan semata, juga mendapatkan hasil yang halal dan tidak merugikan pihak lain.

Etika bisnis Islam menganjurkan pelakunya saling menghargai dan menjunjung tinggi hak-hak orang lain dan sesamanya. Kata bisnis dalam Al-Quran yang digunakan *al ijarah, bay', tadayantum*, tetapi sering kali kata yang digunakan adalah dalam bahasa arab *al-ijarah*, Menurut Ar-Raghin Al-Asfahani dalam *al-mufradat fi gharib al qura', at-tijarah* bermakna pengelolaan harta benda untuk mencari keuntungan.<sup>3</sup> Adapun bisnis Islami dapat diartikan sebagai serangkaian aktifitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah (kuantitas), kepemilikan hartanya (barang/jasa), termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara perolehan dan pendayagunaan hartanya (ada aturan halal dan haram). Firman Allah SWT:

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِيَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ  
بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

*“Dan janganlah kamu memakan harta diantara kamu dengan jalan yang bathil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, padahal kamu mengetahui.” (Q.S. Al Baqarah : 188).<sup>4</sup>*

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَن تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۗ  
وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

<sup>3</sup> Muhammad dan R. Lukman Fauroni, *Visi Al - Qur an: tentang Etika dan Bisnis*, (Jakarta: Salemba DInniyah, 2002), h. 130.

<sup>4</sup> Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta: Darus Sunnah, 2007), h. 30.

*“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah Maha Penyayang kepadamu.” (Q.S. An Nisa : 29).<sup>5</sup>*

Firman Allah SWT tersebut menerangkan dalam bermuamalah hendaknya sesama manusia saling mempunyai sikap yang tidak merugikan sesamanya tetapi bisa saling bermanfaat dan juga mempunyai jiwa yang amanah. Ayat di atas secara tidak langsung menjelaskan tentang layanan purna jual. Kata *taraadhin minkum* dalam ayat ini menjelaskan bahwa Allah menyuruh kepada umat-Nya dalam berdagang atau mencari keuntungan (berbisnis) harus saling ada kerelaan diantara kedua belah pihak. Karena kegiatan bisnis yang tidak ada unsur kerelaan di dalamnya tidak sah menurut hukum Islam. Kaitan ayat ini dengan layanan purna jual adalah layanan purna jual merupakan suatu kegiatan yang bertujuan untuk mencari keuntungan, yang didalamnya pasti mengandung unsur kerelaan antara penjual dengan konsumen. Karena apabila tidak ada unsur kerelaan antara penjual dan konsumennya, maka mustahil layanan purna jual ini akan terjalin.

Selain ayat di atas, kaidah fiqh dalam bidang muamalah juga bisa menjadi landasan hukum layanan purna jual yaitu: *“Hukum asal dalam semua bentuk muamalah adalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya”*. Kaidah fiqh di atas menjelaskan bahwa Allah SWT tidak mengharamkan segala bentuk muamalah kecuali bentuk muamalah tersebut dapat mengakibatkan kemudharatan bagi orang lain. Layanan purna

---

<sup>5</sup> *Ibid*, h. 84.



jual merupakan salah satu bentuk muamalah yang bertujuan untuk mencari keuntungan dan menciptakan kemaslahatan bagi kedua belah pihak (penjual dan konsumen). Layanan purna jual juga tidak bertentangan dengan hukum *Syara'* dan tidak ada dalil yang megharamkan tentang layanan purna jual ini. Selain itu, nash Al-Qur'an lain yang bisa menjadi landasan hukum bagi layanan purna jual adalah surah al-Maidah ayat 2 yang berbunyi:

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ

“...Dan tolong menolonglah kamu dalam mengerjakan kebaikan dan taqwa, dan janganlah kamu tolong menolong dalam berbuat dosa dan kejahatan...” (Q.S. al-Maidah: 2).<sup>6</sup>

Ayat tersebut menjelaskan bahwa Allah menyuruh umat-Nya untuk senantiasa berbuat tolong menolong terhadap sesama. Tolong menolong di sini tidak hanya dalam bentuk uang (materi), tetapi dapat juga dalam bentuk tenaga (jasa), asalkan tolong menolong itu dalam hal kebaikan. Kaitan antara layanan purna jual dengan ayat ini adalah dalam layanan purna jual selain untuk mendapatkan keuntungan yang memang menjadi kebutuhan dalam setiap kegiatan bisnis, sebenarnya layanan purna jual ini baik dalam bentuk garansi, *call center*, *delivery service*, dan *service center* merupakan suatu perbuatan tolong menolong. Karena dengan adanya layanan purna jual ini konsumen sangat merasa terbantu, apalagi sangat sulit mencari teknisi.<sup>7</sup>

Penjelasan di atas sangatlah perlu untuk dikaji lebih lanjut dengan lebih memperdalam masalah apa yang mendasari terjadinya hal-hal tersebut

<sup>6</sup> *Ibid*, h. 107

<sup>7</sup> Akhyar Rinaldi dan Azharsyah Ibrahim. "Tinjauan hukum Islam Terhadap Layanan Purna Jual (After Sales Service) Mesin Foto Copy Bekas Pakai Di Kota Banda Aceh." *Jurnal Tinjauan Hukum Islam*, 2, 2013. h. 221.

terutama jika dikaitkan dengan bisnis Islam tentang muamalah. Karena dalam prinsip hukum muamalah bahwa sangat ditekankan adanya tanggung jawab yang bertujuan untuk menghindari adanya kerugian sehingga dalam muamalah tidak ada pihak yang dirugikan. Sebagai sampel penelitian akan dilaksanakan di Sharp *Service Center* cabang Cirebon.

Sharp *Service Center* cabang Cirebon merupakan bagian dari perusahaan PT. Sharp Electronics Indonesia (PT. SEID) yang menangani layanan purna jual produk elektronik dengan merk dagang Sharp. PT. Sharp Electronics Indonesia merupakan suatu perusahaan yang bergerak dibidang industri manufaktur yang memproduksi berbagai perlengkapan elektronik. Barang-barang elektronik tersebut dapat berupa perlengkapan elektronik *audio*, *visual*, serta peralatan elektronik untuk kebutuhan rumah tangga, seperti lemari es dan mesin cuci. Dalam industri tersebut, PT. Sharp Electronic Indonesia terbukti unggul bila dibandingkan dengan perusahaan sejenis lainnya, PT. SEID mampu mengontrol dan memilih bahan baku berkualitas dari *supplier* ternama, kemudian merakit dan memproduksinya menjadi perlengkapan elektronik yang bermutu tinggi. Perusahaan Sharp telah berdiri sejak lama di Indonesia, tentunya hal tersebut tidak lepas dari hubungan dengan pelanggan yang terjalin dengan baik terbukti sampai sekarang perusahaan Sharp masih menjadi perusahaan elektronik yang masih sangat diminati oleh konsumen.

Layanan purna jual produk elektronik Sharp dikenal mempunyai pelayanan yang cukup baik. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya jaringan

*service* yang berada di berbagai wilayah di Indonesia. Sharp merupakan Perusahaan elektronik yang mempunyai jaringan servis terluas di Indonesia. Sampai saat ini Sharp terbukti sebagai salah satu perusahaan dengan jumlah *service center* terbanyak dan jaringan pelayanan *service* terluas di Indonesia. PT Sharp Electronics Indonesia (SEID) memiliki 27 Kantor Cabang, 35 *Sharp Direct Service Station (SDSS)*, 275 *Sharp Authorized Service Station (SASS)*, 39 *Sharp Service Representative (SSR)* yang tersebar di seluruh Indonesia, 1 unit *Sharp Mobile Service Station (SMSS)*, 3 *Sharp Service Corner (SSC)*, 2 *Sharp Authorized Representative (SAR)*, 98 *Sharp Authorized Air Conditioner (SAAC)* yang tersebar di seluruh Indonesia.<sup>8</sup>

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penelitian ini berusaha mengetahui pelayanan purna jual sebagai bentuk tanggung jawab dan perlindungan konsumen dalam pandangan etika bisnis Islam. Oleh karena itu dibuat penelitian dengan judul **“Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Layanan Purna Jual Produk Elektronik (Studi Kasus Di Sharp Service Center Cabang Cirebon)”**.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian dalam latar belakang diatas disusun identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Banyaknya varian merk dagang tertentu,
2. Kualitas produk dan tingkat harga yang bervariasi,

---

<sup>8</sup> <https://www.Sharp-indonesia.com/ind/service/activity/205>, diakses: 9 maret 2018

3. Persaingan pelayanan purna jual sebagai sarana membina hubungan dengan konsumen dan kelangsungan usaha,
4. Banyak konsumen yang tidak mengetahui layanan purna jual dan pelayanan bergaransi resmi,
5. Banyak konsumen yang tidak mengerti cara pengoperasian produk elektronik yang baru dibeli terutama alat-alat rumah tangga,
6. Terdapat produk elektronik yang rusak dalam masa garansi,
7. Terdapat toko yang menjual produk elektronik tidak bertanggung jawab terhadap keluhan konsumen.

### **C. Fokus Masalah dan Subfokus**

Mengingat banyaknya pokok permasalahan dalam identifikasi masalah maka untuk menghindari luasnya bahasan dalam penelitian ini dilakukan pembatasan masalah sebagai berikut:

#### **1. Aspek yang diteliti**

Dalam identifikasi masalah terdapat banyaknya aspek yang berkaitan dengan pelayanan purna jual. Maka untuk membatasi pokok permasalahan dalam penelitian ini penulis akan meneliti pelayanan purna jual berkaitan dengan penanganan klaim dalam masa garansi produk elektronik dalam pandangan ekonomi dan bisnis Islam.

#### **2. Lokus penelitian**

Penelitian ini akan dilaksanakan di Kota Cirebon dengan produk elektronik bermerek Sharp yang dipasarkan oleh PT. Sharp Electronics

Indonesia cabang Cirebon tepatnya di Sharp *Service Center* cabang Cirebon.

#### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan fokus penelitian diatas, dibuat rumusan masalah yang disusun dalam pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana layanan purna jual produk elektronik di Sharp *Service Center* cabang Cirebon?
2. Bagaimana tinjauan etika bisnis Islam terhadap layanan purna jual produk elektronik di Sharp *Service Center* cabang Cirebon?
3. Faktor-faktor apa saja yang menjadi hambatan dalam layanan purna jual produk elektronik di Sharp *Service Center* cabang Cirebon?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah penelitian disusun tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui layanan purna jual produk elektronik di Sharp *Service Center* cabang Cirebon.
2. Untuk mengetahui tinjauan etika bisnis Islam terhadap layanan purna jual produk elektronik di Sharp *Service Center* cabang Cirebon.
3. Untuk mengetahui faktor-faktor yang menjadi hambatan dalam layanan purna jual produk elektronik di Sharp *Service Center* cabang Cirebon.

## **F. Kegunaan penelitian**

### **1. Kegunaan teoritis**

Penelitian ini diharapkan penulis dapat menerapkan ilmu yang telah diperoleh selama perkuliahan untuk menghadapi masalah konkrit yang terjadi di lapangan. Dan juga sebagai studi banding antara pengetahuan teori dengan praktek yang ada di lapangan dan dalam menangani keluhan konsumen.

### **2. Kegunaan Praktis**

Dengan penelitian ini diharapkan bisa berguna bagi perusahaan sebagai bahan perencanaan dan perkembangan bagi pimpinan perusahaan dalam mengatasi masalah yang ada dalam perusahaan, sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam pengambilan keputusan dan sebagai bahan pengambilan kebijaksanaan perusahaan dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan purna jual terhadap konsumen.

Bagi masyarakat khususnya konsumen yang melakukan kegiatan ekonomi dan bisnis, diharapkan bisa mengetahui layanan purna jual dan pelayanan *service* bergaransi resmi yang mana didalamnya untuk melayani klaim atas kerugian atasnya dari segala hal yang berkaitan dengan konsumen didalam kegiatan ekonomi dan bisnis di Sharp *Service Center* Cirebon

Bagi pihak lain penelitian ini diharapkan menjadi suatu karya ilmiah yang dapat menambah wawasan dan pengetahuan khususnya yang

berminat dalam bidang pemasaran. Dari hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai acuan untuk penelitian lebih lanjut.

### **G. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan skripsi ini secara garis besar terbagi menjadi lima bab dengan rincian sebagai berikut :

Bab I berisi tentang bagian pendahuluan dalam penulisan skripsi. Dalam bab ini memaparkan latar belakang masalah yang akan diteliti, identifikasi masalah, fokus masalah dan subfokus, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, sistematika penulisan.

Bab II berisi tentang landasan teori yang berkaitan dengan masalah dalam penelitian. Rincian dalam bab ini terdiri dari deskripsi teoritik, hasil penelitian yang relevan, kerangka pemikiran/konseptual.

Bab III membahas metodologi penelitian yang di gunakan dalam penelitian. Dalam bab ini berisi desain penelitian, setting penelitian/ tempat dan waktu penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data, dan pemeriksaan keabsahan data.

Bab IV berisi tentang deskripsi data hasil penelitian, pembahasan dan keterbatasan penelitian.

Bab V berisi tentang kesimpulan dan saran dari penelitian ini. Bab ini menjelaskan mengenai kesimpulan dan saran yang dibutuhkan terhadap hasil akhir dari penelitian yang telah dibuat.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Deskripsi Teoritik

##### 1. Etika Bisnis Islam

Islam merupakan agama yang mengatur segala yang ada di langit dan di bumi termasuk permasalahan etika, tidak hanya mengatur etika dalam melakukan aktifitas sehari-hari, Islam juga mengajarkan etika berada di pasar atau dalam melakukan jual beli. Anggapan yang menyatakan bahwa seburuk-buruknya tempat adalah pasar disebabkan oleh mudahnya perbuatan curang dari perilaku bisnis dipasar tersebut. Dalam hal ini dibutuhkan etika dalam bisnis yang dapat membatasi perilaku bisnis sehingga tidak berbuat curang dan merugikan orang lain. Etika merupakan studi sistematis tentang tabiat konsep nilai, baik, buruk, harus, benar, salah, dan lain sebagainya.<sup>1</sup> Secara sederhana etika merupakan refleksi tentang moralitas dalam ekonomi dan bisnis. Etika bisnis dalam Islam diantaranya yaitu bertakwa, berperilaku baik (*shidiq*), Adil, melayani dan rendah hati, menepati janji dan tidak curang, jujur dan terpercaya, tidak buruk sangka dan *ghibah*, manajerial yang baik, dan tidak bersumpah dalam berdagang.<sup>2</sup>

Ekonomi Islam merupakan ilmu yang mempelajari perilaku manusia dalam usaha memenuhi kebutuhan dengan alat pemenuhan kebutuhan

---

<sup>1</sup> Faisal Badroen, dkk., *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), h. 5.

<sup>2</sup> Veithzal Rivai Zaenal, dkk., *Islamic Marketing Management*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2017), h. 19.



yang terbatas didalam kerangka syariat Islam.<sup>3</sup> Secara umum bisnis diartikan sebagai suatu kegiatan yang dilakukan oleh manusia untuk memperoleh pendapatan atau penghasilan atau rizki dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan hidupnya dengan cara mengelola sumber daya ekonomi secara *efektif* dan *efisien*.

Bisnis Islami adalah serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah kepemilikan hartanya termasuk *profitnya*, namun dibatasi dalam cara perolehan dan pendayagunaan hartanya (ada aturan halal dan haram). Dalam arti, pelaksanaan bisnis harta harus tetap berpegang pada ketentuan *syariah* (aturan-aturan dalam Al-Qur'an dan Al-Hadis). Dengan kata lain *syariat* merupakan nilai utama yang menjadi *strategis* maupun *taktis* bagi pelaku kegiatan ekonomi (bisnis).<sup>4</sup>

Bisnis merupakan suatu perilaku yang terhormat dalam ajaran Islam.<sup>5</sup> Dalam Islam istilah bisnis dikenal dengan istilah perdagangan. Ungkapan istilah perdagangan dalam Al Qur'an ditemukan dalam tiga bentuk, yaitu *tijarah*, *ba'a*, *syira'*. Kata *tijarah* atau dagang disebut sebanyak delapan kali dalam al Qur'an yang tersebar dalam tujuh surah. Di antara sekian banyak ayat al Qur'an yang membicarakan perdagangan, surat An-Nisa (4:29) dijadikan sebagai ayat utama karena berisi tentang larangan memakan harta dengan cara batil dan keharusan melakukan perdagangan

---

<sup>3</sup> Abdul Ghofur, *Pengantar Ekonomi Syariah*, (Depok: PT. Raja Grafindo Persada, 2017), h. 16.

<sup>4</sup> Veithzal Rivai, Amiur Nuruddin, Faisar Ananda Arfa, *Islamic Business and Economic Ethics*, (Jakarta: PT bumi Aksara, 2012), h. 13.

<sup>5</sup> Veithzal Rivai Zaenal, dkk., *Islamic Marketing Management*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2017), h. 33.

yang didasarkan pada kerelaan. Sementara itu, ayat-ayat lain dijadikan pendukung seperti surat Al-baqarah (2:282) yang berisi tentang konsep pencatatan (akuntansi) dalam kegiatan perdagangan.<sup>6</sup>

#### a. Prinsip Bisnis dalam Islam

Berikut beberapa prinsip perdagangan/bisnis dan pemasaran yang diajarkan dalam Islam:<sup>7</sup>

- 1) Perdagangan harus didasari oleh sikap saling rela antara penjual dan pembeli sehingga tidak ada pihak yang dirugikan atau didzalimi.
- 2) Penegakan prinsip keadilan, baik dalam takaran, timbangan, ukuran mata uang (*kurs*), maupun pembagian keuntungan.
- 3) Larangan melakukan segala sesuatu yang mengandung unsur *riba*.
- 4) Perdagangan harus mengandung rasa kasih sayang, tolong menolong, dan persaudaraan universal.
- 5) Tidak melakukan investasi pada usaha yang diharamkan seperti usaha yang merusak mental, misalnya narkoba dan pornografi. Demikian pula komoditas perdagangan haruslah produk yang halal dan *thayyib*, baik barang maupun jasa.
- 6) Perdagangan harus terhindar dari praktik *spekulasi*, *gharar*, *tadlis*, dan *maysir*.
- 7) Perdagangan tidak boleh melalaikan diri dari beribadah dan mengingat Allah Swt.

---

<sup>6</sup> *Ibid.*, h. 37.

<sup>7</sup> *Ibid.*, h. 46

- 8) Dalam kegiatan perdagangan baik piutang maupun bukan, hendaknya dilakukan pencatatan yang baik.

**b. Fungsi Etika Bisnis Islam<sup>8</sup>**

Etika bisnis dalam Islam mempunyai peranan yang sangat penting dalam rangkaian bisnis. Dalam bisnis islam harus memperhatikan proses dan hasil yang didapat dalam bisnis, hal yang dapat menentukan kehalalan proses dan hasil tersebut adalah etika dalam bisnis. Pada dasarnya terdapat fungsi khusus yang diemban oleh etika bisnis Islami, yaitu:

- 1) Etika bisnis berupaya mencari cara untuk menyelaraskan dan menyasikan berbagai kepentingan dalam dunia bisnis.
- 2) Etika bisnis juga mempunyai peran untuk senantiasa melakukan perubahan kesadaran bagi masyarakat tentang bisnis, terutama bisnis Islami. Dan caranya biasanya dengan memberikan suatu pemahaman serta cara pandang baru tentang pentingnya bisnis dengan menggunakan landasan nilai-nilai moralitas dan spiritualitas, yang kemudian terangkum dalam suatu bentuk yang bernama etika bisnis.
- 3) Etika bisnis terutama etika bisnis Islami juga bisa berperan memberikan satu solusi terhadap berbagai persoalan bisnis modern ini yang kian jauh dari nilai-nilai etika. Dalam arti bahwa bisnis

---

<sup>8</sup> Johan Arifin, *Fiqih Perlindungan Konsumen*, (Semarang: Rasail Semarang, 2007), h. 76.

yang beretika harus benar-benar merujuk pada sumber utamanya yaitu Al-Quran dan Sunnah.

## **2. Layanan Purna Jual**

### **a. Pengertian Layanan Purna Jual**

Layanan/jasa (*service*) adalah semua tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain yang pada intinya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Jasa dapat berhubungan dengan produk fisik, maupun tidak.<sup>9</sup> Pelayanan purna jual atau *after sale service* sebagai jasa pelayanan yang meliputi perbaikan, penyediaan suku cadang, dan lain-lain yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen setelah produknya dibeli untuk jangka waktu tertentu.

Pemberian pelayanan purna jual biasanya dilakukan sebagai suatu bentuk tanggung jawab yang diberikan oleh penjual atas barang yang telah mereka jual. Pelayanan ini diberikan dalam bentuk pemberian garansi, penggantian barang-barang rusak, pemeliharaan dan penyediaan suku cadang.<sup>10</sup> Dalam pengertian umum Layanan purna jual adalah jasa yang ditawarkan oleh produsen kepada konsumennya setelah transaksi penjualan dilakukan sebagai jaminan mutu untuk produk yang ditawarkannya. Layanan Purna jual adalah layanan yang

---

<sup>9</sup> Philip Khotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* edisi 13 jilid 2, (Jakarta: Erlangga, 2009), h. 36.

<sup>10</sup> *Ibid*, h. 62.

diberikan oleh organisasi kepada para konsumen setelah konsumen tersebut melakukan transaksi pembelian kepada organisasi.<sup>11</sup>

Berdasarkan beberapa pengertian tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa pelayanan purna jual adalah suatu pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen setelah pembelian untuk mengurangi ketidakpuasan dengan jalan memberikan garansi, jasa reparasi dan penyediaan suku cadang.

#### **b. Komponen Layanan Purna Jual**

Layanan merupakan nilai tambah yang akan disampaikan kepada pelanggan hingga nilai tambah tersebut dapat memenuhi kebutuhan atau harapan pelanggan.<sup>12</sup> Nilai bagi pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan menjadi tujuan dan acuan utama setiap perusahaan, terutama bidang pemasaran. Kepuasan pelanggan akan meningkatkan bisnis dan menciptakan loyalitas pada pelanggan. Untuk itu perlu adanya peningkatan produk dan layanan terhadap pelanggan untuk menciptakan kepuasan pelanggan.<sup>13</sup> Kepuasan pelanggan dalam pandangan Islam adalah tingkat perbandingan antara harapan terhadap suatu produk baik barang maupun jasa, yang seharusnya sesuai *syari'at* dengan kenyataan yang diterima.

---

<sup>11</sup> Sayid Fikri, *Analisis Citra Merek dan Layanan Purna Jual Sebagai Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Produk VIVO Smartphone dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Skripsi pada Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, (Lampung: 2018), h. 34.

<sup>12</sup> Veithzal Rivai Zaenal, dkk., *Islamic Marketing Management*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2017), h. 105.

<sup>13</sup> *Ibid*, h.173

Dalam konteks penjualan unsur-unsur layanan purna jual yang ditawarkan dari perusahaan kepada konsumen secara garis besar layanan purna jual dapat dibagi menjadi empat bagian yaitu sebagai berikut :<sup>14</sup>

1) Garansi

Garansi merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam melaksanakan layanan purna jual. Garansi, ditunjukkan untuk meyakinkan konsumen bahwa produk dalam keadaan baik atau bebas dari kerusakan, akibat dari ketidak telitian pengerjaan, atau penggunaan material yang kurang baik yang berlaku untuk jangka waktu tertentu. Semua penjual bertanggung jawab secara hukum untuk memenuhi harapan normal atau rasional pembeli. Jaminan (*garansi*) adalah pernyataan resmi kinerja produk yang diharapkan produsen. Produk dengan jaminan dapat dikembalikan kepada produsen atau dibawa ke pusat perbaikan untuk diperbaiki, diganti, atau dikembalikan uangnya. Baik tertulis maupun tersirat, jaminan tunduk pada hukum.<sup>15</sup>

2) Penyediaan *Accessories*

Dalam pelaksanaan layanan purna jual, penyediaan suku cadang merupakan hal yang sangat penting. Sebab tanpa adanya suku cadang, produk yang sudah rusak komponennya tidak dapat berfungsi dengan baik. Jadi penyediaan *accessories* merupakan

---

<sup>14</sup> Sayid Fikri, *Op.cit.* h. 35

<sup>15</sup> Philip Khotler dan Kevin Lane Keller, *Loc.cit.* h.30.

salah satu faktor yang memegang peranan penting dalam usaha untuk memuaskan konsumen, yang pada akhirnya akan mempertahankan loyalitas pelanggan yang sudah dimiliki.

### 3) Pelayanan Pemeliharaan dan Perbaikan

Pelayanan pemeliharaan dan perbaikan diperlukan karena suatu produk yang memiliki masa konsumsi yang lama dan memerlukan perawatan yang teratur agar dapat selalu berfungsi dengan baik dan juga untuk melakukan perbaikan atas kerusakan yang terjadi selama pemakaiannya.

### 4) Fasilitas dan Perlengkapan

Fasilitas dan perlengkapan merupakan sarana untuk melakukan layanan purna jual. Peralatan dan perlengkapan yang canggih akan dapat menentukan kelancaran pelayanan petugas dalam melakukan pemeliharaan dan perbaikan.

## c. Pelayanan Purna Jual dalam Islam

Islam mengajarkan kepada umatnya untuk memberikan hasil usaha yang baik dan tidak memberikan hasil usaha yang buruk kepada orang lain. Pelayanan (*service*) bukan sebatas melayani, melainkan mengerti, memahami, dan merasakan. Pemberian pelayanan dalam perusahaan berbasis Islam dan konvensional tidak memiliki perbedaan yang signifikan. Perbedaannya terletak pada proses penggunaan, yaitu ketika pelaku bisnis memberikan pelayanan dalam bentuk fisik sebaiknya tidak menunjukkan kemewahan. Islam menganjurkan setiap

pelaku bisnis dapat bersikap profesional yaitu dapat bekerja dengan cepat dan tepat sehingga tidak menyalahgunakan amanah yang menjadi tanggung jawabnya.

Islam mengajarkan kepada umatnya untuk memberikan pelayanan kepada pelanggan atas usaha yang dijalankan. Kualitas pelayanan adalah suatu penilaian pelanggan tentang kesesuaian tingkat pelayanan yang diberikan terhadap tingkat pelayanan yang diharapkan.<sup>16</sup> Disamping itu, perusahaan juga harus menerapkan suatu *service excellence* (pelayanan prima) sehubungan dengan peranan pelayanan yang sangat penting dalam mempengaruhi konsumen dalam pembelian suatu produk. *Service excellence* sendiri diartikan sebagai pelayanan yang unggul yang merupakan suatu sikap atau cara dalam melayani pelanggan secara memuaskan baik dalam pelayanan perbaikan maupun penanganan keluhan-keluhan konsumen lainnya.<sup>17</sup>

Adapun sasaran dari *service excellence* adalah:<sup>18</sup>

- 1) Memuaskan pelanggan
- 2) Meningkatkan loyalitas pelanggan
- 3) Meningkatkan penjualan produk dan jasa perusahaan
- 4) Meningkatkan pendapatan perusahaan.

Dari keempat sasaran *service excellence* ini perusahaan dan konsumen memiliki keuntungan yang sama. Di satu sisi konsumen merasa puas karena kebutuhannya terpenuhi, dan disisi lain

---

<sup>16</sup> Veithzal Rivai Zaenal, dkk., *Loc.cit.*, h. 181.

<sup>17</sup> Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, (Yogyakarta: Andi, 2017), h. 58.

<sup>18</sup> *Ibid.*, h. 59.



perusahaan akan meningkatkan keuntungannya melalui peningkatan volume penjualan. Disamping melayani konsumen dalam memuaskan kebutuhan, pelayanan purna jual yang baik dan efektif dan memberikan nilai tambah bagi kegiatan kompetitif perusahaan dalam memasarkan produknya. Pelayanan yang baik dan efektif tersebut dapat berjalan lancar melayani konsumen apabila sumber daya manusia yang melayani konsumen tersebut terlatih, berpengalaman serta mempunyai dedikasi yang tinggi dalam melayani konsumen, serta tersedianya alat-alat dan mesin yang mendukung disamping tersediannya suku cadang (*spare parts*) yang terjamin.

Adapun konsep pelayanan purna jual dalam Islam adalah sebagai berikut:<sup>19</sup>

- 1) Prinsip tolong menolong (*ta'awun*)
- 2) Prinsip memberi kemudahan (*at-tasyir*)
- 3) Prinsip persamaan (*musawah*)
- 4) Prinsip saling mencintai (*mahabbah*)
- 5) Prinsip lemah lembut (*al-layin*)
- 6) Prinsip persaudaraan (*ukhuwah*)

### **3. Produk Elektronik**

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kedalam pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai atau dikonsumsi sehingga dapat

---

<sup>19</sup> Sayid Fikri, *Loc.cit.*, h. 39.

memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan.<sup>20</sup> Produk-produk yang dipasarkan meliputi barang fisik, jasa, pengalaman, acara-acara, orang, tempat, property, organisasi, dan gagasan. Elektronik adalah alat yang dibuat berdasarkan prinsip *elektronika* serta hal atau benda yang menggunakan alat tersebut.

Produk dapat diklasifikasikan menjadi beberapa kelompok sebagai berikut. Berdasarkan wujudnya dan daya tahan produk dapat diklasifikasikan kedalam tiga kelompok yaitu:<sup>21</sup>

- a. Barang tidak tahan lama (*nondurable goods*) adalah barang berwujud yang biasanya dikonsumsi dalam satu atau beberapa kali penggunaan, misalnya sabun, garam, dan minuman ringan.
- b. Barang tahan lama (*durable goods*) adalah barang berwujud yang biasanya tetap bertahan walaupun sudah digunakan berulang kali, misalnya lemari es, alat-alat mesin dan pakaian.
- c. Jasa (*service*) adalah produk yang tidak berwujud, tak terpisahkan, bervariasi, dan dapat musnah. Jasa merupakan aktifitas, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual atau digunakan oleh pihak lain, misalnya bengkel reparasi, salon kecantikan, hotel dan sebagainya.<sup>22</sup>

Berdasarkan penggunaan produk diklasifikasikan menjadi barang konsumen dan barang industri.<sup>23</sup>

---

<sup>20</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* edisi 13 jilid 2 (Jakarta: Erlangga, 2009), h. 4.

<sup>21</sup> *Ibid.*, h. 6.

<sup>22</sup> Veithzal Rivai Zaenal, dkk., *Islamic Marketing Management*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2017), h. 92.

<sup>23</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Loc.cit.*, h. 6.

- a. Barang konsumen merupakan barang yang dibeli oleh konsumen secara pribadi dan disesuaikan dengan kebiasaan konsumen. Kategori barang konsumen yaitu barang sehari-hari, barang belanja, barang khusus, barang yang tak dicari.
- b. Barang industri merupakan barang yang dibeli dengan tujuan untuk diproses lebih lanjut dan berhubungan dengan bisnis tertentu. Kategorinya yaitu bahan dan suku cadang, barang modal, barang pembekalan dan pelayanan.

Produk elektronik menurut klasifikasi barang termasuk kategori produk tahan lama (*durable goods*). Produk elektronik yang dapat ditemukan dalam kehidupan sehari-hari diantaranya adalah produk rumah tangga contohnya lemari es, televisi, LCD TV, handphone, mesin cuci, *air conditioner*, setrika listrik, *magic com* dan lainnya.

Strategi marketing mengenai produk meliputi penentuan bentuk penwaran fisik, baik merek, pembungkus, garansi maupun layanan purna jual.<sup>24</sup> Islam menyatakan bahwa setiap produk harus dapat menghantarkan manusia pada ketakwaan. Oleh karena itu setiap produk harus memenuhi tiga syarat yaitu materi yang halal, proses pengolahan yang bersih dan taharah dan penyajian yang Islami.<sup>25</sup>

## **B. Hasil Penelitian yang Relevan**

Hal penting yang dilakukan oleh seorang peneliti dalam melakukan sebuah penelitian adalah dengan melakukan survei terkait dengan kasus yang diteliti.

---

<sup>24</sup> Veithzal Rivai Zaenal, dkk., *Op.cit.*, h. 86.

<sup>25</sup> *Ibid.*, h. 91

Kajian hasil penelitian relevan sangat penting karena dapat membantu peneliti dalam penelitiannya. Berdasarkan penelusuran di internet, penulis mendapatkan beberapa penelitian yang relevan dengan penelitian ini diantaranya sebagai berikut:

1. Nensi Nuryami, 2013. *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Pemberian Garansi dalam Jual Beli Pompa Air dan Solar Water Heater (Study Kasus Di beberapa Toko Bangunan Di Kelurahan Tamanan, Kecamatan Banguntapan Kabupaten Bantul)*. Hasil penelitian menjelaskan bahwa pelaksanaan pemberian garansi dilakukan apabila cacat atau kerusakan barang tersebut sudah sesuai dengan kausul garansi. Cacat barang yang mendapatkan garansi sudah sesuai dengan hukum Islam, yaitu dengan *khiyar* cacat dimana ketika terjadi transaksi jual-beli barang yang dibeli terdapat cacat, maka pembeli berhak mendapatkan ganti rugi. Namun, apabila kerusakan atau cacat barang itu di tangan pembeli maka tanggung jawab pembeli. Pelaksanaan garansi sendiri adalah sesuai dimana penjual melayani dengan baik apabila ada pembeli mengajukan kalim garansi dan mendapatkan pelayanan sesuai kesepakatan saat transaksi jual beli.

Hubunganya dengan penelitian ini berkaitan dengan pemberian garansi untuk pembelian produk elektronik dalam hal ini adalah pompa air, namun yang membedakan dari penelitian ini yaitu ditinjau dari segi hukum Islam.

2. Sayid Fikri, 2018. *Analisis Citra Merek dan Layanan Purna Jual Sebagai Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Produk VIVO Smartphone*

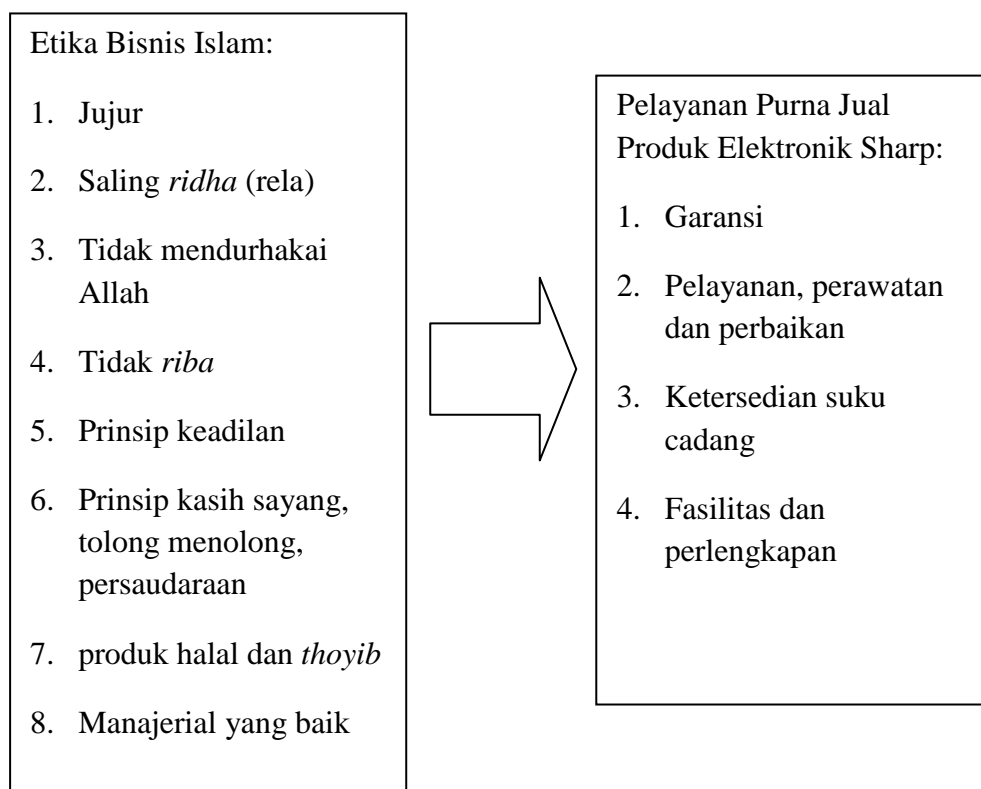
*dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada VIVO Smartphone Bandar Lampung)*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Variabel Citra Merek dan Layanan Purna Jual bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Pengaruh citra merek dan layanan purna jual dalam perspektif ekonomi Islam terhadap keputusan pembelian. Citra merek dalam ekonomi Islam untuk indikator kejujuran dan keadilan sudah dapat dikatakan terpenuhi. Layanan purna jual dalam ekonomi Islam dapat dikatakan sudah terpenuhi.

3. Muhtaram Ahlan Hasyim Asy'ari, 2015. *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Perlindungan Konsumen dalam Layanan Service Kendaraan pada Bengkel Yamaha Yss.06030 Jatinom Klaten*. Hasil penelitian menjelaskan bahwa penanganan klaim yang diberikan pihak bengkel kepada konsumen masih perlu dilakukan perbaikan aturan dan pelayanan konsumen. Hal ini dapat dilihat dari aturan-aturan yang dibuat oleh pihak bengkel dalam melakukan penanganan klaim konsumen cukup memakan waktu yang lama untuk dilakukannya penanganan klaim tersebut. Dalam teori-teori hukum Islam diantaranya prinsip muamalah dan *khiyar*, penanganan klaim dari pihak bengkel belum sepenuhnya dilakukan. Hal ini dapat dilihat dari penanganan klaim yang dilakukan pihak bengkel tidak menyesuaikan posisinya untuk memberikan kepuasan pelayanannya kepada konsumen.

### C. Kerangka Pemikiran/konseptual

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 2.1 Kerangka pemikiran



## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### A. Desain Penelitian

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain, secara holistik, dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.<sup>1</sup>

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*) yaitu data diperoleh dengan melakukan penelitian langsung di lapangan.<sup>2</sup> Sifat dari penelitian ini adalah penelitian bersifat *deskriptif analitik* yaitu bertujuan menggambarkan dan menganalisis data yang di peroleh dalam penelitian mengenai pelayanan purna jual produk elektronik di Sharp *Service Center* Cirebon kemudian memberikan penilaian terhadap objek penelitian ditinjau dari ekonomi dan bisnis Islam.

Penelitian ini berupa studi kasus (*case studies*), yaitu hasil penelitian hanya berlaku untuk tempat yang akan penulis teliti tidak berlaku untuk tempat lain. Peneliti melakukan eksplorasi secara mendalam terhadap program, kejadian, proses, aktifitas, terhadap satu atau lebih orang.<sup>3</sup> Suatu kasus terikat oleh waktu dan aktifitas dan peneliti melakukan pengumpulan

---

<sup>1</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2017), h. 6.

<sup>2</sup> *Ibid.*, h. 26.

<sup>3</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2018), h. 39.

data secara mendetail dengan menggunakan berbagai prosedur pengumpulan data dan dalam waktu yang berkesinambungan.

## **B. Waktu dan Tempat Penelitian**

Penelitian ini akan dilakukan di Sharp *Service Center* cabang Cirebon yang beralamat di Jalan Kesunean no.05 Kota Cirebon. Waktu pelaksanaan penelitian membutuhkan 3 bulan terhitung mulai dari tanggal 1 Maret 2018 sampai dengan 31 Mei 2018.

## **C. Data dan Sumber Data**

Sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain,<sup>4</sup> Sumber data utama atau sebagai data primer dalam penelitian ini adalah semua data dan informasi yang diperoleh dari para informan yang dianggap paling mengetahui secara rinci dan jelas mengenai fokus penelitian yang diteliti, yaitu pelayanan purna jual produk elektronik di Sharp *Service Center* cabang Cirebon. Selain itu diperoleh dari hasil dokumentasi yang menunjang terhadap data yang berbentuk kata-kata tertulis maupun tindakan sebagai data tambahan atau disebut data sekunder. Peneliti akan mengeksplorasikan data yang berkaitan dengan masing-masing fokus penelitian yang sedang diamati.

## **D. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data.

---

<sup>4</sup> Lexy J. Moleong, *Op.Cit.*, h. 157.



Secara umum terdapat empat macam teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara, dokumentasi, dan triangulasi/gabungan.<sup>5</sup>

### 1. Observasi

Observasi yaitu cara pengumpulan data yang dilakukan secara sistematis dan sengaja, diawali dengan mengadakan pengamatan dan pencatatan atas gejala yang sudah diteliti dengan melibatkan diri dalam latar yang sedang diteliti. Penelitian menggunakan metode observasi untuk mengetahui secara langsung tentang pelayanan purna jual produk elektronik di Sharp *Service Center* Cirebon.

### 2. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu.<sup>6</sup> Metode ini mencakup cara yang dipergunakan seseorang untuk suatu tujuan tertentu, mencoba mendapatkan keterangan atau pendapat secara lisan langsung dari seseorang atau informan. Informan adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian.<sup>7</sup> Sesuai dengan rencana yang digunakan dalam penelitian ini yaitu studi kasus, maka pedoman wawancara tidak terstruktur, yaitu pedoman wawancara yang hanya memuat garis besar yang diwawancarai. Dengan wawancara ini kreatifitas pewawancara sangat diperlukan.

### 3. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu.

Dokumentasi adalah suatu teknik yang digunakan untuk mengumpulkan

---

<sup>5</sup> Sugiyono, *Op.cit.* h. 376.

<sup>6</sup> Lexy J. Moleong, *Op.Cit.*, h. 186.

<sup>7</sup> *Ibid.*, h. 132.

data dari sumber non insani, sumber ini terdiri dari dokumen, dan rekaman seperti surat kabar, buku harian, naskah pribadi, foto-foto, catatan kasus, dan lain sebagainya.<sup>8</sup> Teknik dokumentasi membantu peneliti mengumpulkan data-data diperlukan dalam penelitian berupa data dokumentasi yang terdapat di tempat atau lokasi penelitian.

#### 4. Triangulasi

Triangulasi dapat diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada.<sup>9</sup> Bila peneliti melakukan pengumpulan data dengan triangulasi, maka sebenarnya peneliti mengumpulkan data dan sekaligus menguji kredibilitas data, yaitu dengan mengecek kredibilitas data dengan berbagai teknik pengumpulan data dan berbagai sumber data. Objek dalam pengambilan triangulasi data penelitian ini adalah 3 kelompok yaitu: a). Pimpinan *Sharp Service Center* Cirebon, b). Staf bagian *costumer satisfaction*, c). Beberapa konsumen produk elektronik bermerk Sharp.

#### 5. Teknik Pengolahan Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan bahan-bahan lain, sehingga mudah difahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain.<sup>10</sup> Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data *deskriptif*.

---

<sup>8</sup> Sugiyono, Op.Cit., h. 396.

<sup>9</sup> Sugiyono, *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), h. 241.

<sup>10</sup> *Ibid.*, h. 244.

Teknik analisis data *deskriptif* yaitu suatu analisis yang bersifat mendeskripsikan makna data atau fenomena yang dapat ditangkap oleh peneliti, dengan menunjukkan bukti-buktinya. Teknik ini digunakan untuk mendeskripsikan data-data yang peneliti kumpulkan baik data hasil wawancara, observasi, dokumentasi di Sharp *Service Center* Cabang Cirebon. Teknik deskriptif dengan membuat gambaran yang dilakukan dengan cara (1) reduksi data atau penyederhanaan (*data reduction*), (2) paparan/sajian data (*data display*), dan (3) penarikan kesimpulan.

Reduksi data adalah proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengobservasian, dan transformasi data mentah yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Reduksi data dilakukan dengan membuat ringkasan, mengembangkan sistem pengkodean, menelusuri tema, membuat gugus-gugus, dan menuliskan memo.<sup>11</sup>

Penyajian data adalah proses penyusunan informasi yang kompleks dalam bentuk sistematis, sehingga menjadi bentuk yang sederhana serta dapat dipahami maknanya. Sedangkan penarikan kesimpulan adalah langkah terakhir yang dilakukan peneliti dalam menganalisis data secara terus menerus baik pada saat pengumpulan data atau setelah pengumpulan data. Dalam penelitian kualitatif penarikan kesimpulan tersebut dengan cara induktif, yang mana peneliti berangkat dari kasus-kasus yang bersifat khusus berdasarkan pengalaman nyata kemudian dirumuskan menjadi model, konsep, teori, prinsip, propinsi, atau definisi yang bersifat umum. Dengan kata lain,

---

<sup>11</sup> *Ibid.*, h. 247.

penarikan kesimpulan secara induktif adalah proses penelitian yang diawali dengan mengumpulkan data dan kemudian mengembangkan suatu teori dari data-data tersebut.

## 6. Pemeriksaan Keabsahan Data

Uji keabsahan data dalam penelitian, sering hanya ditekankan pada uji *validitas* dan *reliabilitas*. Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi uji *credibility* (validitas internal), *transferabilitas* (validitas eksternal) *dependability* (reliabilitas), dan *confirmability* (objektivitas).<sup>12</sup>

### 1. Kredibilitas

Uji Kredibilitas data atau kepercayaan terhadap data hasil penelitian kualitatif antara lain dilakukan dengan perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan dalam penelitian, triangulasi, diskusi dengan teman sejawat, analisis kasus negative dan *membercheck*.

### 2. Transferabilitas

Data hasil penelitian harus dapat difahami oleh orang lain sehingga ada kemungkinan untuk menerapkan hasil penelitian tersebut. Maka laporan harus memberikan uraian yang rinci jelas, sistematis, dan dapat dipercaya.

### 3. Dependability

Suatu penelitian yang reliable adalah apabila orang lain dapat mengulangi atau merepleksi proses penelitian tersebut. Uji *Dependability* dengan melakukan audit terhadap keseluruhan proses penelitian, dimulai

---

<sup>12</sup> *Ibid.*, h. 270.

dengan bagaimana peneliti menentukan masalah, memasuki lapangan, menentukan sumber data, melakukan analisis data, melakukan keabsahan data, sampai membuat kesimpulan harus dapat ditunjukkan oleh peneliti.<sup>13</sup>

#### 4. *Konfirmabilitas*

Menguji *Konfirmabilitas* berarti menguji hasil penelitian, dikaitkan dengan proses yang dilakukan.<sup>14</sup> Bila hasil penelitian merupakan fungsi dari proses penelitian yang dilakukan, maka penelitian tersebut telah memenuhi standar komfirmability, yaitu apakah hasil penelitian dapat dibuktikan kebenarannya dimana hasil penelitian sesuai dengan data yang dikumpulkan dan dicantumkan dalam laporan lapangan. Hal ini dilakukan dengan membicarakan hasil penelitian dengan orang yang tidak ikut dan tidak berkepentingan dalam penelitian dengan tujuan agar hasil dapat lebih objektif.

---

<sup>13</sup> *Ibid.*, h. 277.

<sup>14</sup> *Ibid*

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Deskripsi Data Hasil Penelitian

##### 1. Profil Sharp Service Center cabang Cirebon

Sharp Service Center cabang Cirebon merupakan bagian dari perusahaan PT. Sharp Electronics Indonesia (PT. SEID) yang menangani layanan purna jual produk elektronik dengan merk dagang Sharp. PT. Sharp Electronics Indonesia merupakan suatu perusahaan yang bergerak dibidang industri manufaktur yang memproduksi berbagai perlengkapan elektronik. Barang-barang elektronik tersebut dapat berupa perlengkapan elektronik *audio*, *visual*, serta peralatan elektronik untuk kebutuhan rumah tangga, seperti lemari es dan mesin cuci. Dalam industri tersebut, PT. Sharp Electronic Indonesia terbukti unggul bila dibandingkan dengan perusahaan sejenis lainnya, PT. SEID mampu mengontrol dan memilih bahan baku berkualitas dari *supplier* ternama, kemudian merakit dan memproduksinya menjadi perlengkapan elektronik yang bermutu tinggi.

Kualitas produk elektronik yang diproduksi PT. SEID juga sangat didukung dengan teknologi modern *Sharp Corporation* yang berasal dari Jepang, dengan inovasi-inovasi produk yang menarik dan ramah lingkungan. Salah satu produk kebanggaan Sharp yakni LCD (*Liquid Crystal Display*), terbukti mampu memberikan kepuasan konsumen dan meningkatkan

perkembangan teknologi elektronik di dunia. Dengan demikian, dapat dikatakan hampir setiap kebutuhan konsumen akan peralatan elektronik dapat dipenuhi oleh Sharp.

Sebagai wujud terima kasih atas kepercayaan pelanggan, PT. Sharp Electronics Indonesia senantiasa berupaya memberikan pelayanan purna jual terbaik untuk konsumen yang telah menggunakan produk-produk Sharp. Pelayanan yang ramah, cepat, nyaman dan hasil perbaikan yang berkualitas selalu diupayakan untuk semua pengguna produk Sharp. Untuk memudahkan pelanggan yang telah menggunakan produk Sharp, PT. Sharp Electronics Indonesia membuka Sharp *Service Center* yang tersebar di hampir seluruh wilayah Indonesia baik di kota besar maupun pelosok daerah.

Kegiatan operasional perusahaan, PT. Sharp Electronics Indonesia (SEID) sangat memperhatikan kualitas dan inovasi produk serta pelayanan yang cepat dan memuaskan kepada para *customer* di seluruh Indonesia. Hal tersebut diwujudkan PT. SEID dengan membuka kantor pelayanan yang dibentuk oleh PT. SEID sendiri dan melakukan kemitraan dengan bengkel atau perusahaan lokal untuk melakukan pelayanan kepada konsumen produk elektronik Sharp. PT. SEID memiliki 27 Kantor Cabang, 45 *Sharp Direct Service Station* (SDSS), 275 *Sharp Authorized Service Station* (SASS), 44 *Sharp Service Representative* (SSR) yang tersebar di seluruh Indonesia, 2 unit *Sharp Mobile Service Station* (SMSS), 2 *Sharp Service Corner* (SSC) serta

fasilitas *Sharp Service Mobile Application*.<sup>1</sup> Unit atau agen penyedia layanan *service* tersebut tersebar di setiap wilayah Indonesia, dengan tujuan mampu menjangkau dan memberikan fasilitas serta pelayanan terbaik kepada konsumen di seluruh Indonesia.

## 2. Layanan Purna Jual Sharp

Pelayanan yang diberikan PT. Sharp Electronics Indonesia terhadap pelanggan sebagai berikut:

### a. Layanan berkualitas

#### 1) Layanan kunjungan ke rumah (*in home service*)

Layanan kunjungan ke rumah (*in home service*) adalah pelayanan yang dilakukan dengan cara teknisi Sharp mengunjungi dan memperbaiki produk Sharp yang mengalami kendala atau masalah di rumah konsumen sesuai dengan jadwal yang sudah di sepakati bersama. Produk yang dapat di layani dengan *in home service* diantaranya Televisi, LCD TV, Lemari Es, *Air Conditioner*, Mesin Cuci dan *Microwave*.<sup>2</sup>

#### 2) Layanan perbaikan di *Service Center* (*carry in service*)

Layanan perbaikan di *Service Center* (*carry in service*) adalah layanan yang dilakukan di lokasi *Sharp Service Center*. Konsumen membawa sendiri produk Sharp yang rusak ke *Service Center*.

---

<sup>1</sup> <https://www.Sharp-indonesia.com/ind/service/activity/267> diakses: 10 November 2018

<sup>2</sup> Sharp Electronics Indonesia, *Pedoman Aktivitas Reparasi SEID*, (Karawang: SEID, 2008), h. 13.



Layanan *carri in service* mencakup semua jenis produk Sharp dan secara khusus produk yang tidak dilayani dengan layanan *in home service* diantaranya semua jenis *audio*, *air purifier*, dan peralatan rumah tangga kecil seperti *blender*, *mixer*, *rice cooker*, *water dispencer*, *vacum cleaner*, kompor gas, setrika listrik dan alat rumah tangga kecil lainnya.<sup>3</sup>

### 3) Layanan SMSS (*Sharp Mobile Service Station*)

Layanan ini dilakukan dengan mengunjungi kota-kota di Indonesia untuk mempermudah layanan service Sharp. Sarana yang digunakan adalah mobil yang sudah dimodifikasi berisi hal-hal yang berhubungan dengan kebutuhan pelayanan purna jual

### 4) Layanan Cuci *Air Conditioner* (AC)

Demi memenuhi kepuasan pelanggan, Sharp membuka layanan cuci AC yang membantu konsumen untuk melakukan perawatan unit secara berkala.

## **b. Layanan Prima<sup>4</sup>**

### 1) *Quick service*

Layanan diberikan kepada konsumen yang membawa sendiri unit yang rusak ke *Service Center* Sharp, konsumen dapat menunggu perbaikan unitnya.

---

<sup>3</sup> *Ibid*, h.12.

<sup>4</sup> Sharp Electronics Indonesia, *Brosur Customer Satisfaction*, (Karawang: SEID, 2018), h. 2.

2) Jaringan terluas

Jaringan Service Sharp lebih dari 300 *Service Center* tersebar diseluruh Indonesia.

3) *Follow up call*

Survey kepuasan pelanggan untuk menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan, Sharp akan menghubungi semua konsumen yang melakukan perbaikan di *Service Center* Sharp.

4) 365 hari kerja

Sharp siap melayani anda setiap hari sepanjang tahun.

5) Sms info

Status perbaikan unit akan dinformasikan melalui SMS.

6) Garansi *service* 3 bulan

Garansi *service* selama 3 bulan setelah perbaikan bagi perbaikan unit tidak bergaransi.

**c. Pusat Layanan Konsumen (*Customer Care Center*)<sup>5</sup>**

1) *Toll-free*

Layanan telepon bebas pulsa di 0-800-1-225588 dapat diakses oleh semua pelanggan Sharp dari seluruh Indonesia.

2) SMS

Untuk mendapatkan berbagai informasi, konsumen dapat menghubungi melalui SMS ke nomor 0815-8-225599.

---

<sup>5</sup> *Ibid*

3) *Web-Chat*

Kemudahan berkomunikasi melalui *chat online* dengan staff *Costumer Care* kami melalui website Sharp *www.Sharp-indonesia.com*

4) Email

Layanan berkomunikasi melalui email dengan alamat *Sharp-cs@seid.Sharp-world.com* untuk mendapatkan berbagai informasi yang dibutuhkan

5) Facsimile

Sharp juga menyediakan kemudahan akses berkomunikasi melalui fax dengan nomor 021-4608710.

6) Aplikasi smartphone

Layanan Sharp CS App merupakan aplikasi smartphone yang didesain khusus untuk smartphone berbasis ios dan android.

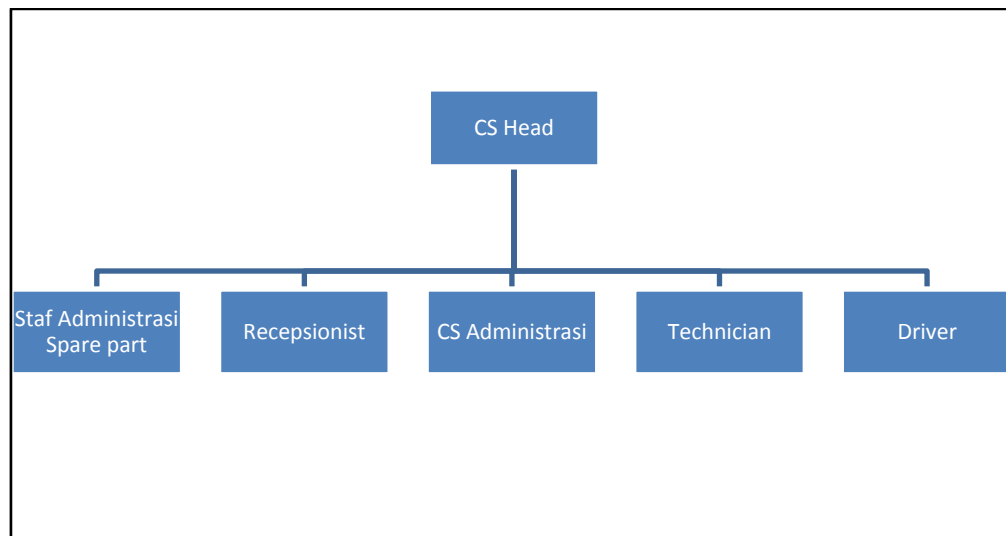
**3. Struktur Organisasi Sharp *Service Center* cabang Cirebon**

Sharp *Service Center* cabang Cirebon beralamat di jalan Kesunean nomor 5 Kelurahan Kasepuhan Kecamatan Lemahwungkuk Kota Cirebon telah berdiri lama semenjak Sharp masih dikelola oleh PT. Yasonta Antarnusa. Wilayah jangkauan yang dapat dilayani oleh *Sharp Service Center* cabang Cirebon meliputi wilayah Cirebon, Indramayu, Majalengka dan Kuningan. Konsumen yang membutuhkan pelayanan Sharp di wilayah tersebut dapat

dilayani sesuai dengan jadwal kunjungan ke daerah tersebut.

Struktur organisasi *Customer Satisfaction* PT. Sharp Electronics Indonesia cabang Cirebon digambarkan dalam gambar berikut :

Gambar. 4.1 Struktur Organisasi Sharp *Service Center* Cirebon



Struktur organisasi *Customer Satisfaction* diatas menggambarkan rantai komando yang jelas dan garis koordinasi yang memungkinkan satu sama lain berinteraksi dan berkerjasama dengan mudah. Dalam pelaksanaan kerja sehari-hari *CS Head* bertanggung jawab terhadap operasional pelayanan konsumen di cabang dan dalam melaksanakan tugasnya dibantu oleh *staff administrasi sparepart, CS administrasi, receptionist, technician, driver*.

Diantara stuktur organisasi yang memiliki fungsi dan tugas sebagai ujung tombak dan sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ialah keberadaan teknisi. *Technician* (Teknisi) merupakan orang yang ditunjuk untuk memberikan pelayanan servis terhadap konsumen berupa penjelasan

produk, perawatan dan perbaikan produk elektronik yang bermasalah. Peran teknisi dalam pelayanan purna jual sangat penting. Dalam melakukan pekerjaannya teknisi banyak berhadapan dengan konsumen secara langsung, sehingga teknisi wajib memberikan pelayanan servis secara sopan dan sesuai dengan prosedur dengan menghasilkan kualitas perbaikan yang sesuai dengan syarat dan fungsi produk Sharp untuk menjamin kepuasan pelanggan dan citra produk Sharp.

## **B. Pembahasan**

### **1. Pelayanan Purna Jual Produk Elektronik Di Sharp Service Center Cabang Cirebon**

#### **a. Lokasi Sharp Service Center Cabang Cirebon**

Keberadaan bengkel resmi yang mendukung pelayanan purna jual sangat mempengaruhi kepada tingkat kepuasan pelanggan. Bapak Risam selaku Kepala bagian *Costumer Satisfaction* dalam wawancara yang dilaksanakan pada tanggal 8 Mei 2018 pukul 10.00 WIB di Sharp Service Center cabang Cirebon menyatakan:

*Sharp Service Center* tersedia untuk semua konsumen Sharp, baik konsumen baru dengan status unit masih bergaransi ataupun konsumen lama yang tidak bergaransi. Sampai dengan konsumen yang tidak mempunyai unit Sharp, tetapi membutuhkan suku cadang yang ada di *Sharp Service*, maka yang bersangkutan bisa dan diperbolehkan membeli suku cadang yang dimaksud. *Service Center* Sharp tersebar hampir di seluruh wilayah Indonesia, baik yang dibuat oleh Sharp sendiri atau pihak lain yang ditunjuk sebagai perwakilan resmi yang melayani purna jual produk elektronik Sharp. Kantor pelayanan Sharp Cirebon berlokasi di jalan Kesunean No.5 kota Cirebon. *Service Center* Cirebon buka dari jam 8.30 WIB s.d 17.30 WIB untuk hari

senin sampai ju'mat dan sabtu jam 9.00 WIB s.d 12.00 WIB, dihari minggu libur.<sup>6</sup>

Sharp *Service Center* tersebar di hampir seluruh wilayah Indonesia siap melayani konsumen pelanggan produk elektronik Sharp. Bapak Rudi Herudin selaku *Staf Administrasi Spare Parts* dalam wawancara yang dilaksanakan pada tanggal 8 Mei 2018 pukul 11.00 WIB di Sharp *Service Center* cabang Cirebon menyatakan:

Hampir diseluruh wilayah Indonesia saat ini sudah ada *Service Center* Sharp, baik dikota besar maupun di pelosok daerah terdapat perwakilan yang melayani purna jual produk Elektronik Sharp. Kantor Pelayanan Sharp *Service Center* Cirebon buka dari jam 8.30 WIB s.d 17.30 WIB untuk hari senin sampai Ju'mat dan Sabtu jam 9.00 WIB s.d 12.00 WIB, dihari minggu Libur.<sup>7</sup>

Keberadaan Sharp *Service Center* Cirebon dirasakan sangat membantu konsumen produk elektronik Sharp. Lokasi yang strategis dan mudah dijangkau menjadi bagian tersendiri dalam pelayanan purna jual yang sangat mempengaruhi kualitas layanan. Hal ini disampaikan oleh konsumen dalam wawancara sebagai berikut:

Menurut Syahrul Fahmi “Adanya *Service Center* di kota Cirebon sangat membantu, Lokasinya strategis dan juga cukup mudah dijangkau karena berada di jalan utama kota Cirebon yang dilalui angkutan kota.”<sup>8</sup>

Menurut Topik Hidayat “Adanya *Service Center* Sharp di Cirebon sangat mebantu saya, apalagi hampir produk elektronik saya miliki bermerk Sharp semua. Lokasi tempatnya mudah dijangkau di jalan Kesunean no.5 Kota Cirebon. Untuk waktu pelayanannya setahu saya

---

<sup>6</sup> Risam, *Wawancara*, Cirebon, 8 Mei 2018.

<sup>7</sup> Rudi Herudin, *Wawancara*, Cirebon, 8 Mei 2018.

<sup>8</sup> Syahrul Fahmi, *Wawancara*, Cirebon, 8 Mei 2018.

setiap hari mulai jam 8.30 WIB dan tutup jam 17.30 buka kecuali hari minggu libur”.<sup>9</sup>

Mneurut Nurhasan “Lokasi tempatnya mudah dijangkau tapi kalau bisa pindah ke kota. Untuk waktu pelayanannya setahu saya setiap hari mulai jam 8.30 WIB dan tutup jam 17.30 buka kecuali hari minggu libur”.<sup>10</sup>

Pelayanan purna jual yang dilaksanakan oleh perusahaan, selain untuk memberikan kenyamanan kepada konsumen juga sebagai sarana promosi dan salah satu strategi pemasaran. Maka pemilihan lokasi yang strategis dan mudah dijangkau menjadi prioritas dalam pelayanan purna jual. Dalam hal ini Sharp *Service Center* telah melakukannya dengan tepat, keberadaanya di Jl. Kesunean No.5 kota Cirebon di terima oleh konsumen produk elektronik Sharp. Pemaparan dari informan mewaliki bahwa Sharp *Service Center* Cirebon berada di lokasi yang strategis dan mudah dijangkau.

#### **b. Prosedur Pelayanan Purna Jual Di Sharp *Service Center* Cabang Cirebon**

Prosedur pelayanan purna jual yang baik dan tidak berbelit akan dapat memberikan kenyamanan terhadap konsumen pengguna produk elektronik Sharp. Hal tersebut mendapatkan perhatian yang lebih dari Sharp dalam melaksakan pelayanan. Sharp *Service Center* memberikan kemudahan dalam hal prosedur pelayanan purna jual. Mengenai prosedur pelayanan

---

<sup>9</sup> Topik Hidayat, *Wawancara*, Cirebon, 9 Mei 2018.

<sup>10</sup> Nurhasan, *Wawancara*, Cirebon, 9 Mei 2018.

purna jual di Sharp *Service Center* cabang Cirebon bapak Risam selaku kepala bagian *Costumer Satisfaction* dalam wawancara yang dilaksanakan pada tanggal 8 Mei 2018 pukul 10.00 WIB di Sharp *Service Center* cabang Cirebon menjelaskan:

Konsumen yang mengalami kendala dengan produk Sharp, bisa menghubungi layanan pelanggan Sharp *Service Center* via telepon atau datang sendiri ke kantor pelayanan Sharp yang tertera di kartu garansi yang diberikan pada saat pembelian produk elektronik Sharp. Prosedur penanganan keluhan konsumen di Sharp *Service Center* ada 2 yaitu pelayanan di Sharp *Service Center*, konsumen membawa sendiri produk elektronik yang rusak ke *Service Center* dan pelayanan di rumah konsumen dengan permintaan kunjungan untuk perbaikan. Teknisi Sharp akan segera mengunjungi konsumen untuk melakukan pengecekan dan perbaikan unit jika memang terdapat masalah.<sup>11</sup>

Sharp *Service Center* memberikan kemudahan dalam hal prosedur pelayanan purna jual. Di waktu yang berbeda Rudi Herudin selaku *Staff Administrasi Spare Parts* dalam wawancara menjelaskan:

Konsumen yang mengalami kendala dengan produk Sharp, bisa menghubungi layanan pelanggan Sharp *Service Center* di 0800-1-225588 bebas pulsa, prosedur penanganan keluhan konsumen ada 2 yaitu kunjungan ke rumah (*in home service*) dan perbaikan di *Service Center* (*carry in service*), untuk layanan kunjungan kerumah, teknisi bisa mengunjungi rumah konsumen untuk melakukan perbaikan sesuai dengan jadwal kunjungan yang sudah disepakati bersama, permintaan jadwal kunjungan bisa dilakukan via telepon atau konsumen datang langsung ke *Service Center* Sharp, sedangkan untuk perbaikan di *Service Center*, konsumen membawa unit nya langsung ke *Service Center* untuk dilakukan perbaikan unitnya.<sup>12</sup>

---

<sup>11</sup> Risam, *Wawancara*, Cirebon, 8 Mei 2018.

<sup>12</sup> Rudi Herudin, *Wawancara*, Cirebon, 8 Mei 2018.



Pelayanan yang memuaskan akan dirasakan langsung dampaknya oleh konsumen. Mengenai prosedur pelayanan konsumen mengutarakan pengalamannya sebagai berikut:

Menurut Syahrul Fahmi “Untuk prosedur pelayanan keluhan kosumen di Sharp bisa datang langsung ke tempat servis center atau via telepon minta kunjungan ke rumah, saya memilih kunjungan ke rumah karena kalau dibawa ke *servis center* kerepotan bawanya”.<sup>13</sup>

Menurut Topik Hidayat “Untuk prosedur penanganan pelayanan purna jual bisa datang langsung ke tempat servis center dengan membawa produk elektronik yang rusak nanti ketemu dengan recepsionist setelah itu produk akan dicek oleh teknisi untuk dilakukan perbaikan, setelah selesai akan diinformasikan kepada konsumen mengenai biaya ataupun yang lainnya”.<sup>14</sup>

Menurut Nurhasan “Prosedur pelayanan keluhan kosumen di Sharp bisa datang langsung ke tempat servis center atau menghubungi call center yang bebas pulsa yang ada di kartu garansi atau menghubungi telepon *Service Center* Cirebon minta kunjungan ke rumah untuk perbaikan produk yang bermasalah”.<sup>15</sup>

Prosedur pelayanan merupakan hal yang harus diketahui oleh konsumen. Prosedur pelayanan yang mudah dan tidak berbelit akan sangat membantu konsumen dalam mendapatkan pelayanan terutama produk yang masih dalam masa garansi. Dalam hal prosedur Sharp *Service Center* memberikan kemudahan, konsumen cukup menelepon *Service Center* cabang Cirebon atau *call center* yang sudah terhubung secara online ke seluruh cabang *Service Center* di Indonesia.

---

<sup>13</sup> Syahrul fahmi, *Wawancara*, Cirebon, 8 Mei 2018.

<sup>14</sup> Topik Hidayat, *Wawancara*, Cirebon, 9 Mei 2018.

<sup>15</sup> Nurhasan, *Wawancara*, Cirebon, 9 Mei 2018.

**c. Syarat dan Ketentuan Pelayanan Purna Jual Di Sharp *Service Center* Cabang Cirebon**

Berkaitan dengan pengajuan klaim perbaikan produk elektronik Sharp dalam masa garansi dijelaskan oleh bapak Risam selaku kepala bagian *Costumer Satisfaction* dalam wawancara yang dilaksanakan pada tanggal 8 Mei 2018 pukul 10.00 WIB di Sharp *Service Center* cabang Cirebon menjelaskan:

Konsumen yang mendapatkan kendala pada produk elektronik Sharp dalam masa garansi, ketika konsumen mengklaim garansi, maka konsumen harus menyiapkan data pendukung garansi, berupa kartu garansi dan bukti pembelian produk. Jika ternyata konsumen mengklaim garansi, akan tetapi kerusakan yang terjadi disebabkan karena faktor external atau kesalahan pemakaian, maka garansi bisa dinyatakan batal. Produk elektronik tersebut tetap akan diperbaiki, tetapi konsumen dikenakan biaya servis sebagaimana kebijakan Sharp dan setelah kesepakatan atau persetujuan konsumen.<sup>16</sup>

Mengenai syarat dan ketentuan dipertegas oleh Rudi Herudin selaku *Staf Administrasi Spare Parts* dalam wawancara yang dilaksanakan pada tanggal 8 Mei 2018 pukul 11.00 WIB di Sharp *Service Center* cabang Cirebon menyatakan:

Konsumen yang mengalami masalah pada produk elektronik dalam masa garansi bisa mengajukan klaim garansi dilakukan dengan menunjukkan kartu garansi dan kwitansi pembelian produk elektronik dari toko tempat membeli pada saat dilakukan klaim perbaikan produk. Jika tidak sesuai dengan ketentuan garansi maka produk elektronik yang diservis akan dibatalkan dan dikenakan biaya atau kondisi habis garansi, biaya akan disesuaikan dengan kategori dan tipe produk. Perbaikan produk elektronik dilakukan setelah mendapat

---

<sup>16</sup> Risam, *Wawancara*, Cirebon, 8 Mei 2018.

persetujuan dari konsumen. Untuk ketentuan bisa dilihat di kartu garansi.<sup>17</sup>

Mengenai syarat dan ketentuan klaim bergaransi selayaknya diketahui oleh konsumen. Berikut pendapat konsumen mengenai syarat dan ketentuan layanan purna jual di Sharp *Service Center* Cirebon:

Menurut Syahrul Fahmi “Pengajuan klaim garansi biasanya dengan menunjukkan bukti kartu garansi dan bukti kwitansi pembelian produk pada saat melakukan klaim perbaikan produk yang rusak. Kemudian di verifikasi apakah sesuai atau tidak surat-suratnya. Bila tidak sesuai atau terdapat kesalahan pemakaian maka tidak bisa bergaransi dan dikenakan biaya perbaikan sesuai dengan produknya”.<sup>18</sup>

Menurut Topik Hidayat “Dengan membawa produk elektronik yang bermasalah ke *Service Center* dan membawa bukti garansi serta kwitansi pembelian kemudian tunggu sampai selesai. Bila tidak ada kartu garansinya kita sebagai konsumen harus menerima jika klaim garansi nya ditolak karena itu sudah ketentuan jika mau klaim garansi. Konsumen tidak bisa memaksa karena itu kesalahan sendiri”.<sup>19</sup>

Menurut Nurhasan “Dengan menunjukkan bukti kartu garansi dan bukti kwitansi pembelian produk elektronik yang rusak, kalau tidak bisa menunjukkan maka harus bersedia bila dikenakan biaya perbaikan”.<sup>20</sup>

Berdasarkan pemaparan hasil wawancara dari beberapa informan tersebut terdapat tiga hal yang penting yang harus disiapkan dalam pengajuan klaim dalam masa garansi yaitu produk yang rusak itu sendiri, kartu garansi dan kwitansi pembelian atau yang sejenis yang menyatakan tanggal penerimaan barang tersebut. Kartu garansi (jaminan) adalah dokumen yang berupa kartu yang menyatakan tersedianya jaminan

---

<sup>17</sup> Rudi Herudin, *Wawancara*, Cirebon, 8 Mei 2018.

<sup>18</sup> Syahrul fahmi, *Wawancara*, Cirebon, 8 Mei 2018.

<sup>19</sup> Topik Hidayat, *Wawancara*, Cirebon, 9 Mei 2018.

<sup>20</sup> Nurhasan, *Wawancara*, Cirebon, 9 Mei 2018

pelayanan purna jual yang berlaku selama masa garansi.<sup>21</sup> Adanya kwitansi digunakan untuk menghitung batas akhir masa garansi produk tersebut. Mengenai masa garansi, syarat dan ketentuan pelayanan purna jual tertera dalam kartu garansi.

Layanan perbaikan dalam masa garansi produk dapat dilaksanakan sesuai dengan prosedur bila ketentuan tersebut terpenuhi, konsumen tidak akan dikenakan biaya sedikitpun dari perbaikan yang sudah dilakukan. Sebaliknya garansi akan dianggap batal bila tidak memenuhi persyaratan tersebut, konsumen akan dikenakan biaya atas perbaikan produknya. Dalam kartu garansi resmi produk elektronik Sharp tertulis bahwa garansi tidak berlaku atau batal bila:

1. Produk tidak memiliki kartu garansi karena hilang, rusak atau tidak dapat diperlihatkan.
2. Tidak ada atau rusak pada no seri, label garansi atau brubah karena ditulis tangan, mesin tik, coretan, hapusan.
3. Nomor seri tidak cocok/ sesuai dengan kartu garansi atau tidak ada cap dan tanda tangan dealer.
4. Produk atau pembungkus rusak akibat pengangkutan, pemindahan, kecelakaan.

---

<sup>21</sup> Ketentuan Umum Layanan Purna Jual, (Jakarta: Badan Standarisasi Nasional, 2007), h. 2.

5. Kerusakan yang diakibatkan oleh pengoperasian diluar spesifikasi produk, kesalahan pemakai, bencana alam, kecelakaan, kebakaran, perubahan tegangan listrik, terkena air, hewan, virus, dan jamur.
6. Produk telah direparasi atau diubah atas permintaan sendiri atau pihak lain sehingga keadaanya berubah dari aslinya atau menjadi rusak.
7. Pembelian yang dilakukan diluar area penjualan yang ditetapkan atau diluar wilayah Indonesia.
8. Garansi tidak termasuk aksesoris seperti remote, rak lemari es, piring putar pada microwave oven, dan selang pada mesin cuci.
9. Produk yang digunakan untuk tujuan komersil kecuali yang sudah ditetapkan.

Perbaikan produk elektronik di Sharp *Service Center* diluar masa garansi dilaksanakan sesuai dengan persetujuan konsumen. Pihak Sharp dalam hal ini teknisi atau bagian *Customer Satisfaction* akan menginformasikan biaya yang dibutuhkan untuk perbaikan sebelum dikerjakan oleh teknisi. Biaya yang diinformasikan yaitu biaya perbaikan, ongkos transport jika pelayanan kunjungan dan harga spare part yang rusak. Bila konsumen setuju dengan biaya yang diajukan maka perbaikan produk dapat dilanjutkan sebaliknya bila konsumen yang keberatan dengan pengajuan biaya tersebut dapat membatalkan perbaikan dan konsumen tidak dikenakan biaya sedikitpun. Perbaikan diluar masa garansi akan mendapatkan garansi *service* selama 3 bulan terhitung dari

waktu pengambilan barang dari Sharp *Service Center*. Jika dalam waktu tiga bulan mengalami kendala lagi, konsumen tidak dikenakan biaya kecuali ada pergantian part yang lain, konsumen hanya dikenakan seharga spare part tersebut. *Garansi service* tersebut meliputi biaya perbaikan dan biaya spare part yang diganti.

**d. Ketersediaan Suku Cadang Di Sharp *Service Center* Cabang Cirebon**

Suku cadang merupakan salah satu faktor yang sangat mendukung dalam terlaksananya pelayanan purna jual yang memuaskan. Bapak Risam selaku kepala bagian *Customer Satisfaction* dalam wawancara yang dilaksanakan pada tanggal 8 Mei 2018 pukul 10.00 WIB di Sharp *Service Center* cabang Cirebon menjelaskan:

Sharp senantiasa berusaha menjaga agar pasokan suku cadang tetap tersedia sampai batas tertentu sesuai kebijakan perusahaan. Ketersediaan suku cadang di *Service Center* Cabang Cirebon saat ini sudah cukup memenuhi untuk mendukung layanan purna jual ataupun pembelian suku cadang. Di Sharp *Service Center* terdapat bagian khusus yang mengurus ketersediaan sparepart dan pemesanan spare part jika dibutuhkan.<sup>22</sup>

Ketersediaan suku cadang di Sharp *Service Center* ditegaskan oleh Bapak Rudi Herudin selaku *Staff Administrasi Spare Parts* dalam wawancara yang dilaksanakan pada tanggal 8 Mei 2018 pukul 11.00 WIB di Sharp *Service Center* cabang Cirebon menyatakan:

Ketersediaan suku cadang di *Service Center* Cabang Cirebon saat ini sudah cukup memenuhi untuk mendukung layanan purna jual, dibuktikan dengan setiap bulan rutin di supply suku cadang

---

<sup>22</sup> Risam, *Wawancara*, Cirebon, 8 Mei 2018.

berdasarkan data pemakaian tiap bulannya dan jika suku cadang yang dibutuhkan tidak tersedia, maka suku cadang tersebut akan di pesankan ke parts center untuk segera dikirim ke Service Center cabang Cirebon.<sup>23</sup>

Terpenuhinya ketersediaan suku cadang di *Service Center* sangat diharapkan oleh konsumen. Hal tersebut akan memudahkan bagi konsumen yang membutuhkan suku cadang untuk produk elektronik Sharp. Berikut pendapat konsumen berkaitan dengan ketersediaan suku cadang:

Menurut Syahrul Fahmi “Seharusnya *Service Center* di Cirebon menyediakan semua suku cadang produknya untuk menunjang pelayanan purna jual baik untuk perbaikan atau pun konsumen yang membeli spare part dan harapannya spare part nya murah”.<sup>24</sup>

Menurut Topik Hidayat “Seharusnya *Service Center* di Cirebon menyediakan semua suku cadang produknya jangan sampai kosong. Jadi konsumen tidak kesulitan bila membutuhkan spare part produk elektronik Sharp”.<sup>25</sup>

Menurut Nurhasan “Seharusnya *Service Center* di Cirebon menyediakan semua suku cadang produknya jangan sampai kosong kalau pun harus pesan tidak lama dan tersedia”.<sup>26</sup>

Berdasarkan penjelasan dari berbagai informan dapat disimpulkan bahwa ketersediaan suku cadang dalam pelaksanaan layanan purna jual, merupakan hal yang sangat penting. Sebab dalam proses perbaikan membutuhkan suku cadang baru untuk mengganti komponen yang rusak, hal tersebut tentunya tanpa adanya suku cadang, produk yang sudah rusak

---

<sup>23</sup> Rudi Herudin, *Wawancara*, Cirebon, 8 Mei 2018.

<sup>24</sup> Syahrul Fahmi, *Wawancara*, Cirebon, 8 Mei 2018.

<sup>25</sup> Topik Hidayat, *Wawancara*, Cirebon, 9 Mei 2018.

<sup>26</sup> Nurhasan, *Wawancara*, Cirebon, 9 Mei 2018.

komponennya tidak dapat berfungsi dengan baik. Jadi penyediaan suku cadang merupakan salah satu faktor yang memegang peranan penting dalam usaha untuk memuaskan konsumen, yang pada akhirnya akan mempertahankan loyalitas pelanggan yang sudah dimiliki.

**e. Program Pelayanan Purna Jual Di Sharp *Service Center* Cabang Cirebon**

Sharp *Service Center* cabang Cirebon dalam rangka meningkatkan loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan banyak melaksanakan program pelayanan purna jual. Bapak Risam selaku kepala bagian *Customer Satisfaction* dalam wawancara yang dilaksanakan pada tanggal 8 Mei 2018 pukul 10.00 WIB di Sharp *Service Center* cabang Cirebon menjelaskan:

Pelayanan Purna jual yang dilakukan di Sharp *Service Center* Cabang Cirebon yaitu kunjungan ke rumah (*in home service*) dan perbaikan di *Service Center* (*carry in service*). Dalam beberapa kesempatan, Sharp *Service Center* mengadakan promo servis, yaitu program servis gratis, program servis gratis dan diskon sukucadang 50%, dan program tukar unit dengan unit baru (*subtitusi*) untuk model yang sudah tidak bisa diperbaiki lagi. Masa garansi produk elektronik Sharp juga cukup lama untuk type tertentu misal LCD TV 32 inchi keatas masa garansinya 3 tahun , kompresor lemari es masa garansinya 5 tahun ada yang 10 tahun, Kompresor *Air Conditioner* (AC) 3 tahun, garansi petir, dan lainnya. hal tersebut dilakukan untuk melayani dan memberikan kenyamanan kepada konsumen dalam menggunakan produk elektronik Sharp. Bahkan dalam satu tahun terakhir ini Sharp mengeluarkan produk lemari es bersertifikat halal, pertama di Indonesia.<sup>27</sup>

---

<sup>27</sup> Risam, *Wawancara*, Cirebon, 8 Mei 2018.



Hal tersebut ditegaskan pula oleh bapak Rudi Herudin selaku *Staf Administrasi Spare Parts* dalam wawancara yang dilaksanakan pada tanggal 8 Mei 2018 pukul 11.00 WIB di Sharp Service Center cabang Cirebon menyatakan:

Untuk event-event tertentu SHARP menghadirkan *Sharp Mobile Service Station (SMSS)* yang ditempatkan pada lokasi acara tersebut yaitu dengan program service gratis dan suku cadang diskon 50 %. Masa garansi yang lama, seperti LCD 32” keatas masa garansi 3 tahun, Lemari ES garansi kompresor 5 tahun bahkan untuk type tertentu garansi 10 tahun, mesin cuci otomatis garansi motor 5 tahun dan AC garansi kompresor 3 tahun dan untuk type tertentu garansi kompresor 10 tahun. Untuk unit bergaransi dengan suku cadang yang sudah tidak tersedia akan dilakukan penukaran dengan unit baru.<sup>28</sup>

Konsumen sebagai target utama dalam layanan purna jual dari Sharp *Service Center* mempunyai pandangan yang tidak jauh berbeda seperti yang disampaikan oleh pihak Sharp. Dari responden disampaikan pemahaman mengenai program pelayanan purna jual produk elektronik Sharp sebagai berikut:

Menurut Syahrul Fahmi, “Program yang ada di Sharp Service Center Cirebon melayani perbaikan produk elektronik Sharp yang rusak dan keluhan konsumen tentang produk elektronik baik yang bargaransi atau pun yang sudah habis garansi”.<sup>29</sup>

Sedangkan menurut Topik Hidayat, “Melayani perbaikan produk elektronik Sharp yang rusak dan keluhan konsumen tentang produk elektronik sampai produk tersebut bisa digunakan kembali seperti semula. Perbaikan produk elektroniknya juga bisa ditunggu”.<sup>30</sup>

---

<sup>28</sup> Rudi Herudin, *Wawancara*, Cirebon, 8 Mei 2018.

<sup>29</sup> Syahrul Fahmi, *Wawancara*, Cirebon, 8 Mei 2018.

<sup>30</sup> Topik Hidayat, *Wawancara*, Cirebon, 9 Mei 2018.

Pendapat Nurhasan “Melayani perbaikan produk elektronik Sharp yang rusak dan keluhan konsumen tentang produk elektronik Sharp. Pernah beberapa waktu yang lalu melihat pelayanan servis gratis di event promosi produk Sharp. Masa garansi produk Sharp juga cukup lama, sebagai konsumen merasa puas menggunakan produk Sharp”.<sup>31</sup>

Berbagai program dilakukan oleh PT. Sharp Electronics Indonesia khususnya dalam pelayanan purna jual lebih unggul dibandingkan dengan merk lain. Pelayanan yang berkualitas dan pelayanan prima menjadi andalan *Sharp Service Center* dalam menjaga hubungan baik dengan konsumen. Hal ini terbukti dengan keberlangsungan dan kepercayaan pelanggan produk elektronik Sharp yang sampai sekarang masih banyak diminati. Berdasarkan informasi dari konsumen melalui wawancara hal tersebut tidak terlepas dari peran layanan purna jual. Meski demikian konsumen memahami program pelayanan purna jual hanya berkaitan dengan perbaikan unit saja.

**f. Pelayanan Purna Jual Di Sharp Service Center Cabang Cirebon Terhadap Produk Elektronik yang Terdapat Cacat.**

Penjualan produk elektronik tidak selamanya berjalan mulus, diantara banyaknya penjualan terdapat beberapa produk elektronik yang dijual mengalami kecacatan atau terdapat masalah dengan body atau fungsinya. Faktor yang menyebabkan cacat produk biasanya terjadi dikarenakan faktor distribusi barang dari mulai pabrik sampai ketangan konsumen. Selain itu juga bisa dikarenakan kelalaian pada saat produksi barang, hal

---

<sup>31</sup> Nurhasan, *Wawancara*, Cirebon, 9 Mei 2018.

itu disebut cacat produksi. Penyebab lain dari cacat adalah kesalahan konsumen sendiri, biasanya hal tersebut terjadi setelah beberapa hari pemakaian contohnya layar LCD TV pecah dikarenakan jatuh tertabrak. Perbedaan penyebab cacat barang akan membedakan penanganan layanan purna jual yang dilakukan. Barang yang cacat akan mendapatkan garansi (jaminan) dari produsen.

Produsen bertanggung jawab secara hukum untuk memenuhi harapan normal atau rasional pembeli. Jaminan (garansi) merupakan pernyataan resmi kinerja produk yang diharapkan produsen. Produk dengan jaminan dapat dikembalikan kepada produsen atau pusat perbaikan untuk diperbaiki, diganti, atau dikembalikan uangnya.<sup>32</sup> Baik tertulis maupun tersirat, jaminan tunduk pada hukum. Mengenai pelayanan purna jual produk elektronik yang terdapat cacat dijelaskan oleh bapak Risam dalam wawancara bahwa:

Untuk produk yang mengalami cacat fisik, Sharp *Service Center* tidak melakukan perbaikan fisik. Sharp *Service Center* hanya melakukan perbaikan fungsi saja. Jika produk elektronik tersebut baru beli akan di kembalikan ke toko tempat nya membeli dan pihak Sharp yang menukar produk tersebut ke toko. Dan jika produknya sudah lama maka dicari penyebab cacat tersebut, apabila cacat diakibatkan oleh faktor eksternal atau kesalahan pemakaian karena konsumen tersebut, maka unit yang cacat tersebut termasuk ke dalam unit habis garansi yaitu konsumen akan dikenakan biaya perbaikan dan suku cadang. Tetapi jika cacat tersebut bukan dikarenakan kesalahan pemakaian, maka akan di proses penukaran unit baru.<sup>33</sup>

---

<sup>32</sup> Veithzal Rivai Zaenal, dkk., *Islamic Marketing Management*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2017), h. 104.

<sup>33</sup> Risam, *Wawancara*, Cirebon, 8 Mei 2018.

Hal tersebut dipertegas oleh Rudi Herudin selaku *Staf Administrasi Spare Parts* dalam wawancara yang dilaksanakan pada tanggal 8 Mei 2018 pukul 11.00 WIB di *Sharp Service Center* cabang Cirebon menyatakan:

Penanganan pelayanan purna jual terhadap produk elektronik yang terdapat cacat ada dua, yaitu Jika unit masih stok toko atau baru beli, maka akan dilakukan return (pengembalian) ke toko yang bersangkutan untuk dilakukan penukaran unit baru sesuai perjanjian dengan toko. Jika produk elektronik tersebut milik konsumen, terlebih dahulu dicari penyebab cacat tersebut, apabila cacat diakibatkan oleh faktor eksternal atau kesalahan pemakaian karena konsumen tersebut, maka unit yang cacat tersebut termasuk ke dalam unit habis garansi yaitu konsumen akan dikenakan biaya perbaikan dan suku cadang. Tetapi jika cacat tersebut bukan dikarenakan kesalahan pemakaian, maka akan di proses penukaran unit baru.<sup>34</sup>

Pandangan berbeda dari konsumen mengenai produk cacat, konsumen menginginkan produk yang cacat diganti baru sebagai bentuk garansinya terutama produk yang baru dibeli. Sebagai konsumen tentunya menginginkan produk yang dibeli tidak terdapat kendala apapun baik body ataupun fungsinya, jika terjadi masalah dengan hal tersebut konsumen pasti akan sangat kecewa sekali. Dari hasil wawancara didapat beberapa pendapat konsumen mengenai pelayanan purna jual produk elektronik yang cacat.

Menurut Syahrul fahmi “Untuk Penanganan Produk yang ada cacat seharusnya diganti baru bila produk tersebut baru dibeli dari toko karena kan sebagai konsumen tidak mau dong kalau barang yang

---

<sup>34</sup> Rudi Herudin, *Wawancara*, Cirebon, 8 Mei 2018.

dibelinya cacat, penyok atau pecah. Kecuali rusak fungsi mungkin kan bisa diperbaiki kalo body nya yang rusak kan jelek ya”.<sup>35</sup>

Menurut Topik Hidayat “Kalau produk elektronik tersebut baru dibeli dari toko seharusnya diganti baru, karena sebagai konsumen tidak mau kalau barang yang dibelinya cacat, penyok atau pecah. Misalnya membeli mesin cuci, ketika mau di pakai ternyata terdapat pecah dan bocor berarti merusak fungsi produk tersebut maka konsumen tidak dapat menggunakan produk tersebut dan konsumen pasti kecewa”.<sup>36</sup>

Menurut Nurhasan “Untuk Penanganan Produk yang ada cacat seharusnya diganti baru bila produk tersebut baru dibeli dari toko karena kan sebagai konsumen tidak mau dong kalau barang yang dibelinya cacat, penyok atau pecah. Kalau cacatnya karena kesalahan konsumen sendiri maka harus diterima”.<sup>37</sup>

Berdasarkan informasi dari hasil wawancara penanganan pelayanan purna jual terhadap produk elektronik yang terdapat cacat ada dua, yaitu Jika unit masih stok toko atau baru beli, maka akan dilakukan *return* (pengembalian) ke toko yang bersangkutan untuk dilakukan penukaran unit baru sesuai perjanjian dengan toko. Jika produk elektronik tersebut milik konsumen, terlebih dahulu dicari penyebab cacat tersebut, apabila cacat diakibatkan oleh faktor eksternal atau kesalahan pemakaian karena konsumen tersebut, maka unit yang cacat tersebut termasuk ke dalam unit habis garansi yaitu konsumen akan dikenakan biaya perbaikan dan suku cadang. Tetapi jika cacat tersebut bukan dikarenakan kesalahan pemakaian, maka akan di proses penukaran unit baru. Dalam bisnis Islam hak asasi seseorang sangat dihormati sehingga tidak ada paksaan antara

---

<sup>35</sup> Syahrul Fahmi, *Wawancara*, Cirebon, 8 Mei 2018.

<sup>36</sup> Topik Hidayat, *Wawancara*, Cirebon, 9 Mei 2018.

<sup>37</sup> Nurhasan, *Wawancara*, Cirebon, 9 Mei 2018.

pembeli dan penjual. Cacat pada barang elektronik merupakan sesuatu yang tidak dapat dihindari, terkadang hal tersebut terjadi. Sharp dalam hal ini melakukan tindakan yang sesuai dengan kaidah jual beli dalam Islam, dimana konsumen mempunyai hak *khiyar* dalam transaksi jual beli. *Khiyar* adalah suatu keadaan yang menyebabkan aqid memiliki hak untuk memutuskan akadnya, yakni menjadikan atau membatalkannya.<sup>38</sup>

## **2. Pandangan Etika Bisnis Islam Terhadap Pelayanan Purna Jual Produk Elektronik Di Sharp Service Center Cabang Cirebon**

Perdagangan atau bisnis adalah suatu pekerjaan yang terhormat di dalam ajaran Islam, karena itu cukup banyak ayat Al-quran dan hadits Nabi yang menyebut dan menjelaskan norma-norma perdagangan. Nabi Muhammad sendiri adalah seorang aktivis perdagangan mancanegara yang sangat handal dan pupolis. Sejak usia muda reputasinya dalam dunia bisnis demikian bagus, sehingga beliau dikenal luas di Yaman, Syiria, Yordana, Iraq, Basrah dan kota-kota perdagangan lainnya di Jazirah Arab. Hal ini karena Nabi Muhammad selalu mengutamakan kejujuran, adil dan komitmen dalam perdagangan. Model transaksi berbisnis Rosulullah yang menerapkan konsep kejujuran dan komitmen inilah yang kemudian dengan istilah *Customer satisfaction* (kepuasan pelanggan).<sup>39</sup>

---

<sup>38</sup> Rachmat Syafe'I, *Fiqih Muamalah*, (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2001), h. 103.

<sup>39</sup> Miftahur Rahman El-Banjary, *Rosulullah Entrepreneur school*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2014), h. 54.

PT. Sharp Electronics Indonesia sangat mengutamakan kepuasan pelanggan terbukti dengan berbagai program yang dilaksanakan. Bapak Risam selaku kepala bagian *Costumer Satisfaction* dalam wawancara yang dilaksanakan pada tanggal 8 Mei 2018 pukul 10.00 WIB di Sharp *Service Center* cabang Cirebon menyatakan:

Perusahaan elektronik Sharp sebagai perusahaan asing, yang dibangun dan dibesarkan di negeri yang jauh dari Islam, tentu tidak menggunakan syariat Islam sebagai dasar muamalahnya. Akan tetapi, beberapa kebijakan dan aktifitas bisnis Sharp, sejalan dengan prinsip Islam, seperti program CSR, dimana Sharp mengadakan sumbangan pendidikan. Selain itu, Perusahaan Sharp dibangun diatas semboyan Kejujuran dan Daya Cipta, dimana kejujuran merupakan salah satu prinsip dalam bisnis Islam dan adanya layanan purna jual di *Service Center* itu sendiri merupakan bentuk tanggung jawab terhadap konsumen.<sup>40</sup>

Menurut Rudi Herudin “adanya Pelayanan purna jual merupakan salah satu bentuk usaha yang dilakukan perusahaan unruk memberikan kenyamanan kepada konsumen, hal tersebut sejalan dengan bisnis Islami yang dimana produsen dan konsumen tidak saling merugikan. Karena dengan adanya pelayanan purna jual ini kosumen tidak dirugikan dan ada prinsip tolong menolong ketika ada kendala di produk dari pihak Sharp bisa membantu. Dan bila pelayanan perbaikan unit yang tidak bergaransi pun bisa dilayani hal tersebut memberikan rasa nyaman dan aman bagi konsumen”.<sup>41</sup>

Ketersediaan layanan purna jual sangat dirasakan manfaatnya oleh konsumen. Hal tersebut menjadi bukti bahwa ada perlakuan adil terhadap konsumen. Berikut pendapat konsumen berkaitan dengan layanan purna jual ditinjau dalam bisnis Islami:

Menurut Syahrul fahmi “Layanan purna jual sesuai dengan prinsip bisnis dalam Islam karena dengan adanya *Service Center* sangat membantu

---

<sup>40</sup> Risam, *Wawancara*, Cirebon, 8 Mei 2018.

<sup>41</sup> Rudi Herudin, *Wawancara*, Cirebon, 8 Mei 2018.

konsumen yang memiliki produk Sharp, saya sendiri merasa terbantu dengan adanya *Service Center* ini tidak harus keluar uang lagi untuk perbaikan produk elektroniknya. Konsumen juga tidak merasa dibohongi, bila ada kerusakan di produk baru dibeli bisa klaim garansi, kalau tidak ada konsumen yang dirugikan. Sudah beli mahal pas rusak tidak bisa diperbaiki”.<sup>42</sup>

Menurut Topik Hidayat “Saya kira keberadaan *Service Center* Sharp dan pelayanan purna jualnya sesuai dengan prinsip bisnis dalam Islam karena dengan adanya *Service Center* sangat membantu konsumen yang memiliki produk Sharp, tidak kebingungan kalau produknya mengalami gangguan”.<sup>43</sup>

Menurut Nurhasan “Sebagai muslim saya memandang pelayanan purna jual di Sharp *Service Center* Cirebon sudah sesuai dengan bisnis dalam Islam karena dengan adanya *Service Center* sangat membantu konsumen yang memiliki produk Sharp, apalagi produk baru masih dalam masa garansi kemudian ada kendala, dari pihak Sharp bisa memberikan pelayanan dengan memperbaiki produk yang rusak tersebut sehingga bisa digunakan lagi. Kalau minta tukar di toko tidak mungkin mau tokonya dan tidak bisa. Dengan itu konsumen merasa tidak dibohongi, sekarang banyak produk elektronik dengan berbagai merk tapi bila terjadi kerusakan tidak bisa diperbaiki lagi”.<sup>44</sup>

Informasi yang diberikan oleh beberapa sumber informan menegaskan bahwa layanan purna jual merupakan bagian yang sangat penting dalam keberlangsungan usaha. Visi dari pemasaran ialah bahwa pemasaran harus menjadi suatu konsep bisnis strategi yang dapat memberikan kepuasan yang berkelanjutan, bukan kepuasan sesaat untuk ketiga *stakeholder* utama yaitu konsumen, karyawan, dan pemilik.<sup>45</sup> layanan purna jual produk elektronik yang dilakukan oleh PT. Sharp Electronics Indonesia seiring dengan konsep

---

<sup>42</sup> Syahrul Fahmi, *Wawancara*, Cirebon, 8 Mei 2018.

<sup>43</sup> Topik Hidayat, *Wawancara*, Cirebon, 9 Mei 2018.

<sup>44</sup> Nurhasan, *Wawancara*, Cirebon, 9 Mei 2018.

<sup>45</sup> Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2017), h. 257.



bisnis Islami. Pemasaran Islam mengedepankan pentingnya nilai yang lebih tinggi karena bisnis Islami adalah bisnis kepercayaan. Pelayanan merupakan jiwa dalam bisnis Islam, seperti Rasulullah mengatakan “*saidul kaum khadimuhum*”, perusahaan adalah pelayan bagi pelangganya.<sup>46</sup>

### **3. Hambatan pelayanan purna jual produk elektronik di Sharp Service Center cabang Cirebon**

Setiap kegiatan bisnis yang dijalankan pasti akan menemui kendala. Besar kecilnya kendala atau hambatan tergantung bisnis apa yang dijalankan. Dalam pelayanan purna jual produk elektronik di Sharp *Service Center* cabang Cirebon juga terdapat kendala, seperti yang disampaikan bapak Risam selaku kepala bagian *Costumer Satisfaction* dalam wawancara yang dilaksanakan pada tanggal 8 Mei 2018 pukul 10.00 WIB di Sharp *Service Center* cabang Cirebon menjelaskan:

Kendala yang paling sering ditemui adalah kurangnya kelengkapan bukti garansi, seperti kartu garansi hilang, kwitansi pembelian tidak ada, dan semisalnya. Hal tersebut cukup menghambat proses untuk klaim garansinya. Selain itu, ada juga beberapa konsumen yang tidak mau unitnya diperbaiki karena merasa baru beli, dan marah-marah tidak mau tahu dan menuntut minta ganti baru dan juga bila dalam pelayanan perbaikan yang dilakukan di rumah konsumen terkadang sulitnya mencari alamat, telepon yang sulit dihubungi, kesulitan medan bila harus masuk ke pelosok-pelosok. Selain itu, ada juga kendala kesulitan teknis, dimana unit baru mengalami kerusakan yang belum pernah terjadi sebelumnya.<sup>47</sup>

---

<sup>46</sup> Veitzal rivai, *Islamic marketing*, (Jakarta: PT. Gramedia, 2012), h. 34.

<sup>47</sup> Risam, *Wawancara*, Cirebon, 8 Mei 2018.

Begitu juga yang disampaikan Rudi Herudin selaku *Staf Administrasi Spare Parts* dalam wawancara yang dilaksanakan pada tanggal 8 Mei 2018 pukul 11.00 WIB di Sharp Service Center cabang Cirebon menyatakan:

Layanan purna jual terhambat jika konsumen tidak bisa menunjukkan kartu garansi dan nota pembelian dan bersikeras bahwa Produk tersebut baru beli. Ada juga yang terkendala spare part di part center tidak tersedia dan estimasi kedatangan spare part masih lama, sedangkan konsumen minta unitnya segera diperbaiki dan diselesaikan. Dan jika harus kunjungan ada alamat konsumen yang susah ditemukan dan telepon konsumen sulit dihubungi dan tidak aktif.<sup>48</sup>

Berbagai kendala dalam layanan purna jual juga dirasakan oleh konsumen. Berikut pendapat konsumen mengenai kendala atau hambatan yang dirasakan oleh konsumen:

Menurut Shahrul Fahmi “Kurangnya informasi mengenai layanan purna jual terutama penjelasan dari toko. Dan kadang menghubungi via telepon susah untuk bisa terhubung, mungkin karena banyaknya yang menghubungi atau seperti apa tidak tahu. Jadwal kunjungan yang tidak cocok dengan jadwal kita konsumen di rumah juga menjadi kendala apalagi kalau kosumenya kerja semua. Kebetulan perbaikan Produk elektronik milik saya harus ganti *sparepart* dan tidak tersedia *sparepart* di cabang Cirebon jadi harus dipesankan ke kantor pusat, hal tersebut menyebabkan perbaikannya menjadi agak lama”.<sup>49</sup>

Menurut Topik Hidayat “Informasi mengenai pelayanan purna jual kurang jadi banyak yang tidak mengerti tentang program pelayanan yang ada di Sharp *Service Center* Cirebon. Konsumen akan kerepotan bila produk yang bermasalahnya harus dibawa ke *Service Center*. Seperti Lemari Es, AC, Mesin cuci kan besar-besar dan berat. Kalau tidak dikunjungi pasti konsumen repot”.<sup>50</sup>

Menurut Nurhasan “Informasi mengenai pelayanan purna jual kurang jadi banyak yang tidak mengerti tentang program pelayanan yang ada di Sharp

---

<sup>48</sup> Rudi Herudin, *Wawancara*, Cirebon, 8 Mei 2018.

<sup>49</sup> Syahrul Fahmi, *Wawancara*, Cirebon, 8 Mei 2018.

<sup>50</sup> Topik Hidayat, *Wawancara*, Cirebon, 9 Mei 2018.

*Service Center* Cirebon. Selain itu juga factor teknis, komunikasi juga ketersediaan suku cadang juga bisa menghambat pelayanan purna jual karena akan memperlambat proses pelayanan”.<sup>51</sup>

Dari pemaparan hasil wawancara diatas, diketahui terdapat berbagai kendala yang dihadapi dalam pelayanan purna jual produk elektronik di Sharp *Service Center* Cirebon. Kendala yang terjadi akan mempengaruhi terhadap kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan adalah suatu penilaian pelanggan tentang kesesuaian tingkat pelayanan yang diberikan dengan tingkat pelayanan yang diharapkan.<sup>52</sup> Hambatan yang terjadi jika disimpulkan dari penyampaian dari hasil wawancara diantaranya adalah kendala dari kelengkapan dokumen, sumber daya manusia, suku cadang, komunikasi dan informasi.

Faktor utama yang menjadi hambatan yang paling sering terjadi dan semua informan sepakat yaitu faktor komunikasi dan informasi. Informasi berkaitan dengan pelayanan purna jual menjadi faktor yang menjadi hambatan utama dari konsumen. Konsumen tidak banyak mendapatkan informasi berkaitan dengan layanan purna jual dan program yang dilaksanakan oleh perusahaan.

Hambatan yang terjadi berikutnya adalah komunikasi. Komunikasi akan sangat mempengaruhi kualitas pelayanan. Keluhan konsumen harus disampaikan dengan jelas sehingga pelayanan yang dilaksanakan oleh

---

<sup>51</sup> Nurhasan, *Wawancara*, Cirebon, 9 Mei 2018.

<sup>52</sup> Veithzal Rivai Zaenal, dkk., *Islamic Marketing Management*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2017), h. 180.

karyawan bisa dilaksanakan dengan sebaik-baiknya dan dapat sesuai dengan harapan konsumen. Komunikasi sangat dibutuhkan dalam pelayanan kunjungan di rumah konsumen, biasanya terkendala dengan telepon konsumen yang tidak bisa dihubungi sehingga menyulitkan teknisi dalam pencarian alamat. Komunikasi yang baik akan menciptakan pelanggan yang setia.<sup>53</sup>

Selain komunikasi dan informasi, kendala yang sering terjadi adalah kurangnya kelengkapan dokumen. Kelalaian konsumen terhadap kartu garansi dan kwitansi pembelian menjadi hal sulit dihindari. Konsumen beranggapan bahwa produk elektronik yang dibeli tidak mungkin rusak atau terjadi sesuatu hal yang tidak diinginkan karena produk baru. Anggapan ini mengakibatkan konsumen tidak menyimpan kartu garansi dan kwitansi pembelian, sehingga ketika dibutuhkan kesulitan untuk mendapatkan pelayanan garansi.

Kendala yang berikutnya adalah faktor sumber daya manusia dan suku cadang. Sumber daya manusia dalam hal ini kemampuan teknisi dalam mengerjakan perbaikan unit. Kendala ini kadang terjadi karena keterbatasan informasi dan kemampuan teknik dari teknisi yang bersangkutan mengenai produk yang diperbaiki.

---

<sup>53</sup>*Ibid.*, h.193

Perusahaan harus memperhatikan hal-hal yang dapat mengakibatkan kesenjangan dalam penyampaian layanan (jasa). Kesenjangan yang dapat mengakibatkan kegagalan dalam penyampaian jasa sebagai berikut:<sup>54</sup>

- a. Kesenjangan antara harapan konsumen dan persepsi manajemen.  
Dalam hal ini, manajemen tidak selalu memahami secara tepat apa yang diinginkan oleh pelanggan.
- b. Kesenjangan antara persepsi manajemen dan spesifikasi mutu jasa.
- c. Kesenjangan antara spesifikasi mutu jasa dan penyampaian jasa.
- d. Kesenjangan antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal.
- e. Kesenjangan antara jasa yang dialami dan jasa yang diharapkan.

Mutu jasa dipengaruhi oleh dua variable yaitu jasa yang dirasakan (*perceived service*) dan jasa yang diharapkan (*expected service*). Mutu jasa dapat diukur dengan lima dimensi yaitu keandalan (*reability*), daya tanggap (*responsive*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*), dan bukti fisik (*tangible*).<sup>55</sup>

### **C. Keterbatasan Penelitian**

Penelitian dilakukan dengan metode kualitatif dan menggunakan data primer yang diperoleh melalui wawancara mendalam. Keterbatasan pada penelitian ini meliputi subyektifitas yang ada pada peneliti. Penelitian ini sangat tergantung kepada kemampuan dan pemahaman peneliti itu sendiri dalam mengumpulkan

---

<sup>54</sup> *Ibid*, h. 408

<sup>55</sup> *Ibid*, h. 409.

dan mengolah data hasil penelitian. Sehingga dalam penelitian tentang pelayanan purna jual di Sharp *Service Center* memiliki keterbatasan. Data primer yang di dapat dari hasil wawancara dengan berbagai informan masih terdapat bias dan masih banyak informasi yang seharusnya didapatkan sebagai data hasil penelitian untuk bisa memberikan gambaran yang jelas tentang pelayanan purna jual produk elektronik di Sharp *Service Center* cabang Cirebon. Diantara keterbatasan yang dimiliki oleh peneliti sebagai berikut:

1. Keterbatasan pada kemampuan peneliti berkaitan dengan permasalahan yang diangkat menjadi judul penelitian.
2. Kondisi peneliti dalam mencari data penelitian, dikarenakan harus membagi waktu antara pekerjaan dan penelitian, sehingga harus ada salah satu aktifitas yang dikorbankan.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dari penelitian tentang pelayanan purna jual produk elektronik di Sharp *Service Center* cabang Cirebon dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. PT. Sharp Electronics Indonesia berupaya untuk memberikan pelayanan purna jual terbaik untuk konsumen yang telah menggunakan produk elektronik Sharp. Pelayanan yang ramah, cepat, nyaman dan hasil perbaikan yang berkualitas selalu diupayakan untuk semua pengguna produk Sharp. Sharp *Service Center* cabang Cirebon beralamat di Jalan Kesunean no. 5 Kota Cirebon melayani perbaikan produk elektronik Sharp yang bergaransi dan tidak bergaransi. Konsumen yang mengalami masalah dengan produk elektronik merk sharp dapat mengajukan layanan perbaikan dengan cara menghubungi *call center* di 0800-1-225588 atau dengan mendatangi kantor Sharp *Service Center* cabang Cirebon. Konsumen dapat memilih jenis program pelananaan purna jual yaitu layanan kunjungan ke rumah (*in home service*) dan layanan perbaikan di *Service Center* (*carry in service*), teknisi akan melakukan perbaikan dan pergantian suku cadang sesuai dengan kesepakatan dengan konsumen.
2. Pelaksanaan layanan purna jual produk elektronik di Sharp *Service Center* menerapkan etika bisnis dalam Islam. Hal ini tergambar dengan aktifitas

pelayanan purna jual yang bertanggung jawab, jujur, layanan berkualitas dan pelayanan prima (*service excellence*) sesuai dengan kebutuhan dan harapan konsumen. Perbaikan produk elektronik yang tidak garansi berdasarkan kesepakatan dan pemberitahuan terlebih dahulu atas biaya yang dibebankan. Sharp memberikan jaminan atau garansi terhadap semua produk elektronik yang dipasarkan. Pemberian garansi merupakan bentuk praktek jual beli dalam Islam yaitu *khiyar*. Sharp akan melakukan penukaran terhadap produk yang cacat produksi dan produk yang tidak bisa diperbaiki oleh Sharp *Service Center* diganti produk baru dengan ketentuan produk tersebut masih dalam masa garansi.

3. Hambatan dalam pelayanan purna jual produk elektronik di Sharp *Service Center* Cirebon diantaranya;
  - a. Faktor informasi, kurangnya informasi mengenai layanan purna jual menjadi faktor utama yang menghambat pelayanan
  - b. Ketersediaan suku cadang yang terbatas terutama untuk produk baru
  - c. Sumber daya manusia, teknisi kesulitan mengerjakan perbaikan produk terutama pada produk yang baru diluncurkan, konsumen susah dihubungi pada saat melakukan kunjungan ke rumah konsumen.
  - d. Kelalaian konsumen, kelengkapan dokumen untuk klaim perbaikan dalam masa garansi.



## **B. Saran**

Pelaksanaan pelayanan purna jual di Sharp *Service Center* Cirebon sudah sesuai dengan standar pelayanan. Diharapkan Sharp terus mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan terhadap konsumen sehingga dapat terus bersaing dengan merk dagang lain. Untuk meningkatkan pelayanan Sharp *Service Center* Cirebon disarankan untuk meningkatkan promosi mengenai layanan purna jual terutama di toko-toko, mengadakan pelatihan terhadap teknisi secara berkala, dan menyediakan suku cadang yang lengkap dan murah. Kepuasan pelanggan menjadi tujuan dan acuan utama setiap perusahaan, terutama bidang pemasaran. Kepuasan pelanggan akan meningkatkan bisnis dan menciptakan loyalitas pada pelanggan. Untuk itu perlu adanya peningkatan produk dan layanan terhadap pelanggan untuk menciptakan kepuasan pelanggan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afifuddin, dan Beni Ahmad Saebani. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Pustaka Setia, 2012.
- Alma, Buchari. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta, 2007.
- Arifin, Johan. *Fiqih perlindungan Konsumen*. Semarang: Rasail Semarang, 2007.
- Asy'ari, Muhtaram Ahlan Hasyim. "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Perlindungan Konsumen dan Layanan Service Kendaraan pada bengkel Yamaha Yss.06030 Jatianom Klaten." *Skripsi* pada UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2015. tidak dipublikasi.
- 'Audah, Jaser. *Al-Maqasid untuk pemula*. Yogyakarta: SUKA Press, 2013.
- Badroen, Faisal., dkk. *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2015.
- Departemen Agama Republik Indonesia. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Jakarta: Darus Sunnah, 2007.
- Djamil, Fathurrahman. *Hukum ekonomi Islam*. Jakarta Timur: Sinar Grafika, 2013.
- El-Banjary, Miftahur Rahman. *Rasulullah's Enterpreuner School*. Jakarta: Kompas Gramedia, 2014.
- Ernoputri, Darayani., Zaenal Arifin dan Dahlan Fanani. "Pengaruh layanan Purna Jual terhadap Kepuasan Pelanggan." *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 2016: 79-86.
- Fahmi, Syahrul. *Wawancara*. Cirebon, 8 Mei 2018
- Fauroni, Muhammad dan R. Lukman. *Visi Al-Qur'an :tentang Etika dan Bisnis*. Jakarta: Salemba Diniyah, 2002.
- Fikri, Sayid. "analisis Citra Merk dan Layanan Purna Jual Sebagai Keputusan Konsumen Terhadap Produk Vivo Smartphone dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada VIVO Smartphone Bandar Lampung)." *Skripsi* pada UIN Raden Intan Lampung, 2018. tidak dipublikasi.

- Ghofur, Abdul. *Pengantar Ekonomi Syariah*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada, 2017
- Hamidi, M luthfi. *Jejak-jejak Ekonomi Syariah*. Jakarta: Senayan Abadi publishing, 2003.
- Herudin, Rudi. *Wawancara*. Cirebon, 8 Mei 2018
- Hidayat, Topik. *Wawancara*. Cirebon, 9 Mei 2018
- Institut Agama Islam Bunga Bangsa Cirebon. *Pedoman Penulisan Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam*. Cirebon: IAI Bunga Bangsa Cirebon, 2018.
- J.Moleong, Lexy. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2011.
- Khotler, Philip, dan Armstrong G. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009.
- Khotler, Philip dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2009.
- Nurhasan. *Wawancara*. Cirebon, 9 Mei 2018
- Nuryami, Nensi. "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Pemberian Garansi dalam Jual Beli Pompa Air dan Solar Water Heater (Studi Kasus Pada Beberapa Toko Bnagunan Di Kelurahan Tamanan, Kecamatan Banguntapan, Kabupaten Bantul)." *Skripsi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta*, 2013. tidak dipublikasi.
- Rinaldi, Akhyar dan Azharsyah Ibrahim. "Tinjauan hukum Islam Terhadap Layanan Purna Jual (After Sales Service) Mesin Foto Copy Bekas Pakai Di Kota Banda Aceh." *Jurnal Tinjauan Hukum Islam*, 2013: 2-2.
- Risam. *Wawancara*. Cirebon. 8 Mei 2018
- Rivai, Veithzal, Amiur Nuruddin, dan Faisar Ananda Afra. *Islamic Business and Economic ethics*. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2012.
- Sabarguna, Boy S. *Analisis Data Pada Penelitian Kualitatif*. Jakarta: UI-Press, 2006.
- Sharp Electronics Indonesia, *Pedoman Aktivitas Reparasi SEID*, Karawang: SEID, 2008
- . Brosur Costumer Satisfaction, Karawang: SEID, 2018.

- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- . *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta, 2018.
- Syafe'i, Rachmat. *Fiqh Muamalah*. Bandung: CV. Pustaka Setia, 2001.
- . *Ilmu ushul Fiqh*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2010.
- Tarmizi, Erwandi. *Harta Haram Muamalat Kontemporer*. Bogor: PT. Berkah Mulia Insani, 2013.
- Tjiptono, Fandy. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi, 2017.
- Zainal, Veithzal Rivai, Firdaus Djaelani, Salim Basalamah, Husna Leila Yusran, and Andria Permata Veithzal. *Islamic Marketing Management*. Jakarta: Bumi Aksara, 2017.