

ANALISIS MANAJEMEN MUTU PRODUK DAN PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN DITINJAU DALAM PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH

(Studi Kasus UMKM Soe Art Blawirejo Lamongan)

Siti Mahmudah Lutfiah Nur Azizah¹Dzikrulloh²

ABSTRAK

Setiap perusahaan yang menjalankan usahanya pasti memiliki tujuan akhir yaitu penjualan, kegiatan penjualan dilakukan agar perusahaan dapat mencapai volume penjualan yang diharapkan dapat mendatangkan keuntungan atau laba maksimum bagi perusahaan. Sejalan dengan hal itu, perusahaan selayaknya terus berupaya untuk meningkatkan kualitas produk dan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Sama hal nya dengan yang telah diterapkan UMKM Soe Art terhadap mutu produk dan pelayanannya, dimana penerapan manajemen mutu produknya sangat diperhatikan, mulai dari pemilihan bahan baku dengan kualitas terbaik, melakukan quality control terhadap produknya, sampai pada tahap pendistribusian kepada pelanggan, kemudian pelayanan yang diberikan dengan selalu memberikan pelayanan prima. Tetapi bagaimanakah pandangan ekonomi syariah terkait dengan penerapan manajemen mutu produk dan pelayanan pada produk Soe Art. Oleh karena itu peneliti ingin menganalisis cara atau manajemen mutu produk dan pelayanan yang dilakukan oleh UMKM Soe Art sehingga dapat menaikkan volume penjualan yang ditinjau dalam perspektif ekonomi syariah.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian lapangan (Field Research). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan manajemen mutu produk dan pelayanan dalam meningkatkan volume penjualan pada produk Soe Art, serta bagaimana pandangan ekonomi syariah tentang manajemen mutu produk dan pelayanan dalam meningkatkan volume penjualan pada produk Soe Art. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa manajemen mutu produk dan pelayanan telah dijalankan dengan baik, hal ini dapat terlihat dari penerapan komponen-komponen manajemen mutu produk, yaitu perencanaan mutu, peningkatan mutu, pengendalian mutu, dan jaminan mutu, serta diperhatikannya faktor-faktor yang mempengaruhi mutu pada UMKM Soe Art. Pemberian pelayanan yang ramah, sopan, dan pelayanan purna jual berupa follow up setiap beberapa bulan setelah pembelian. Kemudian

¹ Universitas Trunojoyo Madura

² Universitas Trunojoyo Madura
sitimahmudah184@gmail.com

pandangan ekonomi syariah tentang penerapan manajemen mutu produk dan pelayanan dalam meningkatkan volume penjualan produk Soe Art adalah dengan selalu memegang teguh prinsip-prinsip ajaran Islam, menjaga hal-hal yang dapat merusak jual beli, dan memastikan pembeli mendapatkan hak untuk mendapatkan kualitas produk yang baik, memberikan pelayanan yang ramah, sopan, serta memperhatikan indikator-indikator pelayanan dalam islam. Dalam pelaksanaannya selalu mengacu kepada sifat Nabi SAW yaitu, shiddiq, amanah, tabligh, fathonah.

Kata Kunci: Mutu Produk; Pelayanan; Volume Penjualan; UMKM Soe Art

ABSTRACT

Every company that runs business must have an ultimate goal, namely sales, sales activities are carried out so that the company can achieve the sales volume that is expected to bring maximum profit or profit for the company. In line with this, the company should continue to strive to improve the quality of products and services provided and services, where the application of product quality management is very concerned, starting from selecting the best quality raw materials, carrying out quality control on their products, to the stage of distribution to customers, then the services provided. By always providing excellent service. But how is the view of sharia economics related to the application of product and service quality management on Soe Art products. Therefore, researchers want to analyze the method or quality management of products and services carried out by Soe Art UMKM so that they can increase sales volume which is reviewed from a sharia economic perspective.

This research uses a qualitative approach with the type of field research (Field Research). The purpose of this study is to find out the application of product and service quality management in increasing sales volume on Soe Art products, as well as how the Islamic economic view on product and service quality management in increasing sales volume on Soe Art Products. Data collection techniques in this study were observation, interviews, and documentation.

The results of this study indicate that product and service quality management components, namely quality planning, quality improvement, quality control, and quality assurance, as well as attention to factors that influence quality in UMKM Soe Art. Providing friendly, courteous service, and after-sales service in the form of follow-up every few months after purchase. Then the view of sharia economics regarding the application of product and service quality management in increasing the sales volume of Soe Art products is to always adhere to the principles of Islamic teachings, guarding things that can damage buying and selling, and ensuring buyers get the right to get good quality products, provide friendly, courteous service, and pay attention to service indicators in Islam. In practice it always refers to the nature of the Prophet SAW, namely, shiddiq, amanah, tabligh, fathonah.

Keywords: Product Quality; Service; Sales Volume; UMKM Soe Art

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Islam merupakan agama yang mengatur segala sisi dalam kehidupan, yang mencakup persoalan aqidah, ibadah, serta muamalah antar manusia. Dalam Islam muamalah diartikan sebagai bentuk hubungan atau kegiatan yang dilakukan oleh sesama umat manusia. Islam mengajarkan bahwa dalam melakukan sesuatu diwajibkan agar melakukannya dengan baik dalam segala hal, sebagaimana tercantum dalam hadits nabi yang diriwayatkan oleh Muslim³:

عَنْ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ إِنَّ اللَّهَ كَتَبَ الْإِحْسَانَ عَلَى كُلِّ شَيْءٍ فَأَحْسِنُوا الذَّبْحَ وَلِجِدِّ
أَحَدِكُمْ شَفْرَتَهُ فَلْيُرِخْ ذَبِيحَتَهُ (رواه مسلم) [5]

Artinya:

Rasulullah SAW bersabda: "Sesungguhnya Allah mewajibkan perbuatan yang dilakukan dengan baik dalam segala hal, jika kamu membunuh binatang maka lakukanlah dengan cara yang baik, jika kamu mau menyembelih maka sembelihlah dengan cara yang baik, pertajamkanlah alat potongnya, kemudian istirahatkanlah binatangnya." (HR.Muslim)

Dari hadits di atas dapat dipahami bahwa dalam melakukan sesuatu umat Islam diharuskan untuk selalu melakukannya dengan cara yang baik, bersungguh-sungguh, tidak setengah-setengah dan teratur agar dapat membawa kemanfaatan. Hal tersebut juga berlaku dalam kegiatan muamalah, yakni kegiatan jual beli. Ulama fiqih menyatakan bahwa salah satu hal yang menjadikan jual beli sah adalah apabila jual beli tersebut terhindar dari cacat, baik dari segi barang yang diperjual belikan tidak jelas, dan jual beli tersebut mengandung unsur paksaan dan penipuan sehingga mengakibatkan jual beli tersebut rusak⁴.

Seorang penjual dalam hal ini wajib menjaga hak-hak pembeli terpenuhi yaitu mendapatkan barangnya dengan baik. Hal ini membuktikan bahwa sangat penting bagi seorang penjual untuk menjaga kualitas barang dagangannya. Kualitas atau mutu yang baik selain bertujuan untuk menjaga agar hak pembeli terpenuhi, juga bertujuan agar barang tersebut memiliki manfaat serta memberikan kepuasan kepada pembeli sehingga pembeli tersebut berkenan untuk kembali melakukan pembelian. Kualitas atau mutu yang baik tentunya didapatkan dari

³ Abdur Rohman dan Firman Setiawan, *TAHFIDZ AYAT DAN HADITS IQTISHADY*, (Pamekasan: Duta Media Center,2016),33

⁴ Syaifullah M.S, "Etika Jual Beli Dalam Islam",*Jurnal Studia Islamika*, Vol.11, No.2,2014,379

serangkaian tahap, yakni dari proses produksi yang bermutu, hingga service yang dihasilkan.

Proses yang bermutu perlu dilakukan oleh seluruh jenjang dan seluruh lini dalam sebuah instansi atau organisasi. Apabila sumber daya manusia dalam instansi atau organisasi menyadari pentingnya hal tersebut, maka mutu sebuah instansi atau organisasi tersebut dapat tercipta. Selain proses yang bermutu sumber daya manusia juga menentukan bagaimana suatu instansi itu dapat dipercaya, yakni sikap terhadap pembeli selama proses jual beli yaitu pelayanan yang diberikan kepada pembeli, baik dari karyawan maupun pemilik usaha.

Menurut *Vincent Gaspersz* Manajemen mutu (*quality management*) didefinisikan sebagai suatu cara meningkatkan performa secara terus-menerus (*continuous performance improvement*) pada setiap level operasi atau proses dalam setiap area fungsional dari suatu organisasi dengan menggunakan semua sumber daya manusia dan modal yang tersedia.⁵

Kotler dan Alma, mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus menerus terhadap proses, produk dan service yang dihasilkan perusahaan. Pelayanan yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen, selain itu juga erat kaitannya dalam menciptakan keuntungan bagi perusahaan⁶.

Penjualan merupakan tujuan utama dilakukannya proses produksi oleh perusahaan atau suatu usaha. Penjualan memiliki peranan penting bagi perusahaan agar barang yang diproduksi dapat terjual dan memberikan penghasilan bagi perusahaan. Kegiatan penjualan yang dilakukan oleh perusahaan atau suatu usaha memiliki tujuan untuk mencapai volume penjualan yang diharapkan dapat menghasilkan laba maksimum bagi perusahaan.

Volume penjualan merupakan jumlah total yang dihasilkan dari kegiatan penjualan barang. Semakin besar jumlah penjualan yang dihasilkan perusahaan, maka besar kemungkinan laba yang akan dihasilkan perusahaan. Oleh karena itu, volume penjualan merupakan salah satu hal penting yang harus dievaluasi untuk memungkinkan perusahaan agar tidak rugi. Jadi, volume penjualan yang menguntungkan

⁵ Manlian Ronald A. Simanjuntak dan Skarlet Sinta Suawa, "Analisis Sistem Manajemen Mutu dan Pengaruhnya Dalam Meningkatkan Kinerja Operasional Bangunan Gedung Tinggi Perkantoran Di Jakarta Pusat". *Jurnal Ilmiah Media Engineering*, Vol.4, No.2,2014,93

⁶ Januar Efendi Panjaitan, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung", *Jurnal Manajemen*, Vol.11, No.2, 2016,266

harus menjadi tujuan utama perusahaan dan bukannya untuk kepentingan volume itu sendiri⁷.

Keberadaan UMKM sangat bermanfaat dalam hal pendistribusian pendapatan masyarakat, selain itu juga mampu menciptakan kreatifitas yang sejalan dengan usaha untuk mempertahankan dan mengembangkan unsur-unsur tradisi dan kebudayaan masyarakat setempat. Pada sisi lain, UMKM mampu menyerap tenaga kerja dalam skala yang besar mengingat jumlah penduduk Indonesia yang besar sehingga hal ini dapat mengurangi tingkat pengangguran⁸.

Soe Art merupakan salah satu UMKM di Kabupaten Lamongan yang berfokus dalam bidang fashion dan denim. Soe Art memproduksi tas dengan bahan dasar denim. Soe Art berdiri sejak tahun 2013 yang berlokasi di Desa Blawirejo Kecamatan Kedungpring Kabupaten Lamongan. Walaupun usaha ini baru berdiri sekitar delapan tahun, namun produk-produk yang dihasilkan sudah dipasarkan hampir ke seluruh pulau yang ada di Indonesia. Soe art juga banyak mengikuti *event*, seperti expo UMKM dan mendapatkan penghargaan. Tidak hanya itu Soe Art kerap kali menjadi pembicara pada *event* seminar dan pelatihan kewirausahaan.

Soe Art memilih bahan denim dikarenakan denim merupakan salah satu bahan yang tahan lama atau *long lasting* sehingga kualitas dan mutu produk-produknya terjamin baik. Salah satu kelebihan yang dimiliki oleh Soe Art adalah penggunaan pewarna alami pada bahan denim sehingga produk-produk yang dihasilkan lebih eksklusif karena setiap produk yang dikeluarkan tidak akan memiliki motif yang sama⁹. Dapat dilihat bahwa Soe Art dalam melakukan proses produksi berusaha memberikan dan menjaga kualitas dari produk-produk mereka, hal ini dapat dilihat dari awal pemilihan bahan, dan pewarnaan kain.

Terciptanya mutu produk dan pelayanan yang baik dilakukan perusahaan agar dapat menarik para konsumen atau pelanggan agar melakukan pembelian, hal ini yang akan menaikkan penjualan yang ingin dicapai oleh perusahaan, dari sana volume penjualan dari tahun ketahun diharapkan mengalami peningkatan yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

⁷ Freddy Rangkuti, *STRATEGI PROMOSI YANG KREATIF DAN ANALISIS KASUS INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama,2009),57-58

⁸ *Ibid.*,1286

⁹ https://www.instagram.com/tv/CGd9JJJmil/?utm_medium=copy_link Soeart official Instagram Post di akses tanggal 27 Juni 2021 pukul 07.24 WIB

Tabel 1.1

Laporan Penjualan Tas Denim UMKM Soe Art Blawirejo Lamongan Tahun 2019-2021¹⁰.

No	Tahun	Qty (Pcs)	Total Penjualan	
1	2019	888	Rp	339,886,000.00
2	2020	1015	Rp	390,276,000.00
3	2021	1086	Rp	419,710,000.00

Manajemen mutu produk dan pelayanan yang sudah dilakukan terus dievaluasi secara terus-menerus agar mutu produk yang dihasilkan tidak mengalami penurunan, serta selalu mengalami peningkatan. Karena hal tersebut yang menjadikan volume penjualan mengalami peningkatan pada tahun-tahun berikutnya.

Seperti yang sudah dijelaskan di awal bahwa UMKM Soe Art telah melakukan upaya manajemen mutu produk yang baik dilihat dari proses awal pemilihan bahan baku dan pewarnaan kain. Sehingga peneliti melihat perlu diadakan penelitian terkait manajemen mutu produk dan pelayanan yang diterapkan di UMKM Soe Art.

Penelitian ini akan menjelaskan mengenai penerapan manajemen mutu produk dan pelayanan dalam meningkatkan volume penjualan pada produk Soe Art dan Pandangan Ekonomi Syariah mengenai penerapan manajemen mutu produk dan pelayanan dalam meningkatkan volume penjualan produk Soe Art.

Penelitian tentang manajemen mutu produk dan pelayanan dalam perspektif ekonomi syariah telah menjadi perhatian para sarjana. Penelitian terdahulu mengenai tinjauan ekonomi syariah atas manajemen mutu produk dan pelayanan dalam meningkatkan volume penjualan kerupuk mentah pada UD.KKK Tulungagung yang diteliti oleh Luqi Afifah menyatakan bahwa implementasi manajemen produk dalam meningkatkan volume penjualan kerupuk mentah pada UD.KKK dengan jaga mutu atau kualitas yang diterapkan pada bentuk, bahan baku, proses produksi dengan memaksimalkan fasilitas pendukung proses produksi dengan oven sebagai alat pengering, dan tenaga listrik, kualitas pembungkusan, dan pelayanan yang diberikan.

¹⁰ Hasil wawancara dengan Ibu Rima Yuni Fridayanti, Co. Founder UMKM Soe Art Blawirejo, Tanggal 29 November 2021, pukul 16.00 WIB

KAJIAN LITERATUR

MANAJEMEN

Pengertian Manajemen

Dalam *Encyclopedia of the Social Science* dikatakan manajemen adalah suatu proses yang mana pelaksanaan suatu tujuan tertentu diselenggarakan dan diawasi¹¹. Menurut pengertian yang kedua, manajemen adalah kolektivitas dari orang-orang yang melakukan aktivitas manajemen. Jadi dengan kata lain, segenap orang-orang yang melakukan aktivitas manajemen dalam suatu badan tertentu disebut manajemen. Dengan aktivitas manajemen dimaksudkan kegiatan-kegiatan atau fungsi-fungsi yang dilakukan oleh setiap manajer. Pada umumnya, kegiatan-kegiatan manajer dan aktivitas manajer itu adalah *planning, organizing, staffing, directing, dan controlling*. Menurut pengertian yang ketiga, manajemen itu adalah seni atau suatu ilmu. Manajemen sebagai seni berfungsi untuk mencapai tujuan yang nyata mendatangkan hasil atau manfaat, sedangkan manajemen sebagai ilmu berfungsi menerangkan fenomena-fenomena (gejala-gejala), kejadian-kejadian, keadaan-keadaan, jadi memberikan penjelasan-penjelasan¹².

Fungsi Manajemen

George R. Terry dalam Tanti Prastuti, memberikan gambaran yang lebih jelas tentang fungsi manajemen yang dikenal dengan "POAC" yaitu¹³: a) Perencanaan (*Planning*) b) Pengorganisasian (*Organizing*) c) Pelaksanaan (*Actuating*) d) Pengawasan (*Controlling*)

MANAJEMEN MUTU PRODUK

Pengertian Mutu Produk

Menurut *Philip B Crosby* Mutu adalah kesesuaian terhadap permintaan persyaratan. Suatu produk biasanya memiliki mutu apabila sesuai dengan standar mutu yang ditentukan. Standar mutu biasanya meliputi bahan baku, proses produksi dan produk jadi¹⁴. Definisi dari mutu adalah kemampuan suatu produk, baik itu barang maupun jasa atau

¹¹ M.Manulang, *DASAR-DASAR MANAJEMEN*, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2005, ISBN 979-420-500-1, 3

¹² Ibid.

¹³ Rifki Faisal, dkk, "Pengaruh Fungsi Manajemen Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan (Studi Kasus di Home Industri Asri Rahayu di Wilayah Majalengka)". *Jurnal Ilmu Pertanian dan Peternakan*, Vol. 4, No.2,2016,158

¹⁴ Sutarno, *SERBA-SERBI MANAJEMEN BISNIS*, Yogyakarta: Graha Ilmu,Cet.1, 2012,ISBN:978-979-756-964-8,124

layanan untuk memenuhi keinginan pelanggannya. Sehingga setiap barang atau jasa selalu diacu untuk memenuhi mutu yang diminta pelanggan melalui pasar¹⁵.

Produk

Menurut *Kotler dan Keller* yang dialih bahasa oleh Benyamin Molan produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, properti, organisasi, informasi, dan ide. Jadi produk bukan hanya berbentuk sesuatu yang berwujud saja, tetapi sesuatu yang tidak berwujud seperti pelayanan jasa dan diperuntukkan bagi pemuasan kebutuhan konsumen. Di dalam produk terdapat tingkatan, hirarki dan klasifikasi produk¹⁶. Di dalam produk terdapat tingkatan, hirarki dan klasifikasi produk¹⁷.

Tingkatan Produk:

1. Tingkat yang paling dasar adalah inti (*core benefit*).
2. Pada tingkat kedua, seorang pemasar harus dapat mengubah manfaat inti menjadi produk dasar (*basic product*).
3. Pada tingkat ketiga pemasaran dapat menyiapkan produk yang diharapkan (*expected product*) yaitu perlengkapan dan kondisi tertentu yang biasanya diharapkan ada oleh pembeli produk tersebut.
4. Pada tingkat keempat, seorang pemasar menyiapkan produk yang memiliki nilai tambah (*argumented product*) yang mana melebihi harapan konsumen.
5. Di tingkat kelima adalah produk potensial (*potensial produk*).

Klasifikasi Produk; a) Barang mudah b) Barang *took* c) Barang khusus d) Barang yang tidak dicari.

Manajemen Mutu

Menurut *Vincent Gaspersz*, pada dasarnya adanya manajemen mutu (*quality management*) adalah suatu cara dalam meningkatkan suatu peforma secara terus-menerus (*continuous performance improvement*) pada setiap level operasi atau proses dalam setiap area fungsional dari suatu organisasi

¹⁵ Manahan P. Tampubolon, *MANAJEMEN OPERASIONAL (Operations Management)*, Jakarta: Penerbit Ghalia Indonesia, Cet.1,2004,82

¹⁶ Rogi Gusrizaldi dan Eka Komalasari, "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkat Penjualan di Indrako Swalayan Teluk Kuantan", *Jurnal Valuta* Vol.2,No.2,2016,ISSN: 2502-1419,289

¹⁷ Ibid.

dengan menggunakan semua sumber daya manusia dan modal yang tersedia.¹⁸

Banyak manfaat yang diperoleh dari penerapan sistem manajemen mutu, khususnya bagi pelanggan, perusahaan, maupun bagi staf dan karyawan. Manfaat tersebut didasarkan pada sistem kerja dari manajemen mutu yang berlandaskan pada kepuasan pelanggan dan perbaikan berkesinambungan (*continuous improvement*). Hal ini akan mengurangi berbagai bentuk pemborosan dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Kedua faktor tersebut pada akhirnya nantinya akan meningkatkan keuntungan.¹⁹

Komponen Manajemen Mutu:

Menurut Jaja Jahari mutu sebuah lembaga atau organisasi tidak akan menjadi baik apabila sebuah lembaga atau organisasi tersebut tidak mampu memenuhi komponen mutu itu sendiri. Maka dari itu, terdapat empat komponen mutu yang harus dipenuhi agar mencapai sebuah mutu. Keempat komponen tersebut yaitu²⁰: a) Perencanaan Kualitas b) Peningkatan Kualitas c) Kualitas Kontrol d) Jaminan Kualitas.

PELAYANAN

Pengertian Pelayanan

Kotler dan Keller (2008) Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. *Kotler* juga mengatakan bahwa perilaku tersebut dapat terjadi pada saat, sebelum dan sesudah terjadinya transaksi. Pada umumnya pelayanan yang bertaraf tinggi maka akan menghasilkan kepuasan yang tinggi pula serta pembelian ulang yang lebih sering²¹.

Munawir menyatakan karakteristik pelayanan sebagai berikut²²:

- 1) Pelayanan bersifat tidak dapat diraba, yang mana pelayanan sangat berlawanan sifatnya dengan barang jadi.
- 2) Pelayanan pada kenyataannya terdiri dari tindakan secara nyata dan juga pengaruh yang bersifat tindakan sosial.

¹⁸ Manlian Ronald A. Simanjuntak, Skarlet Sinta Suawa, “Analisis Sistem Manajemen Mutu dan Pengaruhnya...93

¹⁹ *Ibid.*

²⁰ Dian dan Anisa Wahyuni, “Manajemen Mutu Dalam...260

²¹ Indra Kanedi,dkk, “Sistem Pelayanan Untuk Peningkatan Kepuasan Pengunjung Pada Perpustakaan Arsip dan Dokumentasi Kota Bengkulu”. *Jurnal Pseudocode*, Volume IV, Nomor 1, 2017, ISSN 2355-5920,38

²² *Ibid.*,39

- 3) Kegiatan produksi dan konsumsi dalam pelayanan tidak dapat dipisahkan secara nyata, karena pada umumnya terjadi dalam waktu dan tempat bersamaan.

Kualitas Pelayanan

Tjiptono menyatakan bahwa kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan kepada konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen tersebut²³.

Jika jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan apa yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk²⁴.

Menurut Tjiptono kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan adanya kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk dapat menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan volume penjualan yang mana disebabkan oleh pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan atau meniadakan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan. Pada gilirannya adanya kualitas pelayanan ini dapat menciptakan suatu kesetiaan atau loyalitas pelanggan kepada perusahaan serta mendorong peningkatan volume dari penjualan²⁵.

PENJUALAN

Pengertian Penjualan

Penjualan merupakan syarat mutlak yang menjadi keberlangsungan suatu usaha, karena dengan penjualan maka akan didapatkan keuntungan. Semakin tinggi angka penjualan maka keuntungan yang didapat juga akan semakin maksimal. Untuk mencapai tujuan ini maka sangat diperlukan suatu usaha-usaha agar konsumen mempunyai daya tarik dan sifat loyal dalam berbelanja di suatu unit usaha²⁶.

²³ Indra Sasangka dan Rahmat Rusmayadi, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Volume Penjualan pada Mini Market Minimart'90 Bandung". Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi dan Akuntansi, Vol.2, No.1,2018,ISSN:2541-5255,135

²⁴ *Ibid.*,136

²⁵ *Ibid.*

²⁶ Rogi Gusrizaldi dan Eka Komalasari, "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkat...292

Konsep Penjualan

Konsep ini mengasumsikan bahwa para konsumen pada umumnya menunjukkan kelembagaan atau penolakan pembelian sehingga harus dibujuk untuk membeli. Konsep itu mengasumsikan bahwa perusahaan memiliki banyak sekali alat penjualan dan promosi yang efektif untuk merangsang lebih banyak pembelian²⁷

Konsep penjualan dapat didefinisikan sebagai berikut; menurut *Kotler*, konsep penjualan adalah berkeyakinan bahwa konsumen dan perusahaan bisnis, jika dibiarkan, tidak akan secara teratur membeli cukup banyak produk-produk yang ditawarkan oleh organisasi tertentu. Oleh karena itu organisasi tersebut harus melakukan usaha promosi dan penjualan yang agresif²⁸.

Volume Penjualan

Menurut Rangkuti volume penjualan adalah pencapaian yang dinyatakan secara kuantitatif dari segi fisik atau volume atau unit suatu produk. Volume penjualan merupakan suatu yang menandakan naik turunnya penjualan dan dapat dinyatakan dalam bentuk unit, kilo, ton, atau liter²⁹.

Dalam suatu perusahaan tujuan pemasaran adalah untuk meningkatkan volume penjualan yang menguntungkan dalam arti dapat menghasilkan pendapatan secara optimal dan meningkatkan laba.

KONSEP USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM)

Dalam Bab 1 pasal 1 UU No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), maka yang dimaksud dengan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah³⁰:

1. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.
2. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak cabang perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun

²⁷ *Ibid*,.293

²⁸ *Ibid*.

²⁹ Firna M.A. Poluan,dkk, "Strategi Marketing Mix dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Pada Minuman Kesehatan Instant Alvero)"Jurnal Emba, Vol.7, No.3, 2019,2971

³⁰ Feni Dwi Anggraeni,dkk,"Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) melalui Fasilitas Pihak Eksternal dan...1287

tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini.

3. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-undang ini.

Berdasarkan definisi di atas maka pada intinya Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah suatu bentuk usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

MANAJEMEN MUTU PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH

Konsep Manajemen Syariah

Walaupun ada beberapa prinsip konsep manajemen mutu dalam manajemen Islam berdasarkan pada nilai-nilai universal dan abadi sebagaimana tercantum dalam Al-Qur'an dan Sunnah yang menjadi landasan utama bagi pedoman hidup umat Islam. Pengabaian terhadap nilai-nilai utama yang terdapat dalam Al-Qur'an dan Sunnah akan menimbulkan terjadinya kerusakan dalam kehidupan manusia. Oleh karena itu, peneguhan terhadap nilai-nilai utama yang ada dalam Al-Qur'an dan Sunnah harus menjadi landasan manajemen shari'ah³¹.

Karakteristik manajemen shari'ah yaitu³²:

1. Secara teori terkait erat dengan falsafah sosial muslim dan berhubungan dengan akhlak dan etika sosial (variabel etika sosial);
2. Konsen terhadap variabel ekonomi dan motif materi, dan bekerja untuk memenuhi kebutuhan fisiologis individu (variabel ekonomi materi);
3. Memperhatikan nilai-nilai kemanusiaan dan spiritual serta memuliakan manusia untuk berpartisipasi dalam aktivitas manajemen;
4. Konsen terhadap sistem dan menentukan tanggung jawab dan wewenang, menghormati kekuasaan dan organisasi, menuntut ketaatan kepada kebaikan. Sebagai variabel etika dan sosial, manajemen syariah memiliki sistem nilai yang memegang teguh etika dan moral. Etika dan moral berlaku secara universal bagi setiap orang beriman dimana pun dia berada dan pada bangsa manapun.

³¹ *Ibid.*,259

³² *Ibid.*

TEORI PELAYANAN DALAM ISLAM

Menurut ensiklopedia Islam, pelayanan adalah suatu keharusan yang mana dalam pengoperasiannya harus sesuai dengan prinsip syari'ah. Muhammad menyatakan agar suatu pelayanan yang terdapat dalam perusahaan jasa lebih terarah maka semua pihak harus mempunyai pedoman dan prinsip-prinsip yang dituangkan dalam ajaran Islam. Dimana Islam menekankan dalam keabsahan suatu pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen yang mana merasakan kepuasan secara maksimum. Adapun konsep pelayanan dalam Islam menurut Fadla adalah sebagai berikut³³: a) Prinsip tolong menolong (*ta'awun*); b) Prinsip memberi kemudahan (*at-taysir*); c) Prinsip persamaan (*Musawah*); d) Prinsip saling mencintai (*muhabbah*) e) Prinsip lemah lembut (*al-layin*); f) Prinsip kekeluargaan (*ukhuwah*).

Menurut Fadla Islam menekankan pada keabsahan suatu pelayanan yang mempunyai niat yang baik. Adapun pelayanan yang mempunyai niat yang baik menurut Islam yaitu: a) Pelayanan diberikan sesuai harapan pelanggan dengan kepuasan secara maksimum; b) Terjadinya suatu kesulitan dalam memberikan pelayanan tetapi konsumen tidak mengetahuinya; c) Terjadinya kesalahan pemberian pelayanan pelanggan mengelak merasa tidak puas terhadap hasil kerja pelaksana petugas pelayanan.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian pada penelitian ini menggunakan penelitian lapangan (*Field Research*). Lokasi atau tempat yang dijadikan objek penelitian oleh peneliti bertempat di Desa Blawirejo Kecamatan Kedungpring Kabupaten Lamongan. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini ada dua yaitu data primer dan data sekunder; Data primer diperoleh secara langsung melalui wawancara dengan pihak pemilik dan karyawan serta pelanggan UMKM Soe Art Blawirejo. Data sekunder diperoleh dari hasil studi kepustakaan yang digunakan sebagai pendukung teori yang sesuai atau relevan dengan penelitian.

Dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan tiga dari teknik pengumpulan data, yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah; analisis ketika pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Uji keabsahan data yang digunakan yaitu derajat kepercayaan

³³ Nurhadi, "Konsep Pelayanan Perspektif Ekonomi...144

(*credibility*), keteralihan (*transferability*), kebergantungan (*dependability*), dan kepastian (*confirmability*)³⁴.

PEMBAHASAN

Penerapan Manajemen Mutu Produk dan Pelayanan dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada Produk Soe Art

a. Penerapan Manajemen Mutu Produk dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada Produk Soe Art

Berdasarkan data yang telah diperoleh dilapangan, UMKM Soe Art merupakan usaha yang memproduksi tas kain berbahan dasar denim dengan konsep *eco friendly*. UMKM Soe Art merupakan satu-satunya usaha yang memproduksi tas dengan bahan dasar denim di daerah Lamongan. Usaha ini memproduksi jenis-jenis tas wanita seperti *pouch*, *cluth*, *sling bag*, *hand back*, dan *backpack*.

Pengelolaan terhadap produk dan pelayanan yang diberikan sangat berpengaruh terhadap minat beli konsumen, hal ini perlu diperhatikan mengingat persaingan pasti selalu ada dalam dunia usaha. Untuk itu diperlukan manajemen mutu produk dan pelayanan yang dilakukan oleh perusahaan. Manajemen mutu yang dilakukan oleh UMKM Soe Art terhadap produknya adalah dengan penerapan jaga mutu, perbaikan mutu, dan jaminan mutu.

UMKM Soe Art dalam perencanaan kualitas menerapkannya mulai dari penentuan konsep usaha, perencanaan produk yang akan diproduksi, pemilihan mutu bahan baku, serta memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi mutu produk.

Adapun faktor-faktor yang dapat mempengaruhi mutu, yang telah diperhatikan oleh UMKM Soe Art adalah kualitas bahan baku, mutu dan pengangkutan produk, mutu dan desain produk, mutu dan perkembangan teknologi, mutu dan pengemasan produk. Dari segi faktor kualitas bahan baku, didapatkan bahwa UMKM Soe Art sangat memperhatikan kualitas bahan yang digunakan, mulai dari proses pemilihan dilakukan dengan penyeleksian terhadap bahan-bahan terbaik, baik dari kualitas kain denim yang digunakan mulai dari ketebalan dan daya tahan kain, sampai kombinasi kulit sapi pun dipilih vendor-vendor kulit sapi yang konsisten mempertahankan kualitas kulitnya.

Kemudian faktor lain yaitu mutu pengangkutan produk, UMKM Soe Art dalam pengangkutan barangnya disesuaikan dengan permintaan, jumlah pesanan, serta jarak yang ditempuh. UMKM Soe Art juga menggunakan jasa ekspedisi-ekspedisi yang sudah kredibel

³⁴ Mamik, *METODOLOGI KUALITATIF*, (Sidoarjo: Zifatama Publisher, 2015), Cet. 1, 195

sehingga produk dipastikan aman sampai ke tangan pembeli atau pelanggan. Dari segi faktor mutu dan desain produk, UMKM Soe Art menggunakan acuan dari tas-tas yang sudah memiliki brand besar, sehingga mendapatkan inspirasi untuk produk yang akan produksi, UMKM Soe Art juga memperhatikan selera dan permintaan konsumen sebagai masukan untuk produk yang lebih baik.

Dari segi faktor pengemasan produk, UMKM Soe Art menggunakan *custom box* yang dapat terurai dalam satu bulan, serta menggunakan plastik dari bahan singkong atau *cassava box*. Dari segi faktor perkembangan teknologi UMKM Soe Art juga berusaha untuk terus mengupgrade perkembangan teknologi dapat dilihat dari desain logo yang digunakan. Komponen mutu selanjutnya yang juga sangat diperhatikan oleh UMKM Soe Art adalah pelaksanaan kualitas kontrol terhadap produknya. Kualitas kontrol dalam hal ini dilakukan oleh UMKM Soe Art dengan jaga mutu produk. Mulai dari memastikan selama produksi produknya dilakukan sesuai dengan standart operasional produksi (SOP) yang berlaku. Kemudian sebelum produk dirilis selanjutnya dilakukan proses uji coba terlebih dahulu selama tiga sampai enam bulan. Hal ini dilakukan agar sebelum produk dirilis produk tersebut benar-benar memiliki mutu produk yang sesuai dengan yang direncanakan. Karena dari proses uji coba ini dapat terlihat kelebihan dan kelemahan dari produknya sehingga dapat diperbaiki lagi untuk kekurangannya sampai pada tahap final.

Kemudian komponen lain yang juga diperhatikan oleh UMKM Soe Art adalah jaminan kualitas. Setiap pembelian produk UMKM Soe Art pembeli atau pelanggan akan mendapatkan garansi produk selama dua tahun, garansi ini mencakup garansi jahitan dan resleting. Artinya selama masa garansi tersebut pelanggan yang telah melakukan pembelian produk mengalami kerusakan seperti jahitan lepas dan resleting yang macet, bisa membawa produk tersebut ke tempat produksi untuk dilakukan perbaikan, seperti jahitan yang lepas dijahit kembali, resleting yang macet diganti resleting baru.

Setiap usaha yang menjalankan kegiatannya selalu memiliki tujuan akhir yaitu penjualan. UMKM Soe Art dikatakan berhasil dalam hal penjualannya, hal ini dapat dilihat dari volume penjualan yang meningkat setiap tahunnya. Dengan penetapan harga yang disesuaikan dengan permintaan dan kualitas yang ditawarkan.

Dari hasil penelitian tersebut, dapat diketahui bahwa UMKM Soe Art sudah melakukan manajemen mutunya dengan baik dengan selalu memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi mutu produk mulai dari kualitas bahan baku, desain produk, mesin,

pengangkutan dan pengemasan produk yang sudah disesuaikan dengan standart operasional produksi di UMKM Soe Art.

b. Penerapan Pelayanan dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Produk Soe Art

Pelayanan adalah usaha untuk memenuhi kebutuhan orang lain dalam hal ini adalah pelanggan, pelayanan yang baik dapat memberikan kepuasan kepada seorang pelanggan, selain itu pelanggan cenderung kembali melakukan pembelian ke tempat yang menawarkan pelayanan yang baik. Oleh karena itu ketika pelayanan yang diberikan melebihi harapan konsumen maka dapat dikatakan bahwa usaha tersebut memiliki kualitas pelayanan yang baik, sebaliknya apabila usaha tersebut tidak dapat memberikan pelayanan yang diharapkan oleh konsumen, maka dapat di asumsikan bahwa tingkat pelayanan pada usaha tersebut buruk.

UMKM Soe Art dalam hal ini juga selalu mengupayakan agar pelanggan mendapatkan pelayanan yang baik ketika melakukan pembelian di UMKM Soe Art agar pelanggan mendapatkan kepuasan dan tidak ragu untuk kembali melakukan pembelian dimasa depan, yang tentunya akan meningkatkan volume penjualan perusahaan.

UMKM Soe Art dalam hal ini juga selalu mengupayakan agar pelanggan mendapatkan pelayanan yang baik ketika melakukan pembelian di UMKM Soe Art agar pelanggan mendapatkan kepuasan dan tidak ragu untuk kembali melakukan pembelian dimasa depan, yang tentunya akan meningkatkan volume penjualan perusahaan.

Pandangan Ekonomi Syariah Tentang Penerapan Manajemen Mutu Produk dan Pelayanan dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Soe Art

Suatu organisasi dapat dikatakan melaksanakan manajemen syariah apabila dalam pelaksanaan segala proses produksi sampai ketahap penjualan barangnya sesuai dengan prinsip-prinsip syariah serta menjauhi dari praktik-praktik yang dilarang dalam bisnis Islam. UMKM Soe Art dalam menjalankan usahanya selalu memperhatikan aspek-aspek ajaran agama Islam. Sehingga usaha yang dijalankan mendapatkan berkah dan terhindar dari hal-hal yang dapat merusak kegiatan jual beli tersebut, seperti cacat pada barang baik dari segi barang yang diperjual belikan tidak jelas, dan jual beli tersebut mengandung unsur paksaan dan penipuan. Dalam hal ini UMKM Soe Art menjaga agar hak-hak pembeli terpenuhi yaitu mendapatkan barang dengan kualitas terbaik.

Berdasarkan hasil wawancara didapatkan bahwa, UMKM Soe Art dalam usahanya selalu berusaha menjalankan usahanya dengan

menjaga setiap aspek baik dari aspek akhlak dan etika sosial, variabel ekonomi, dan memperhatikan nilai-nilai kemanusiaan, seperti hal yang telah dijelaskan bahwa pemilik ingin memberikan kenyamanan kepada para karyawan dalam lingkungan kerja, sehingga pemilik memilih budaya kerja dengan pendekatan kekeluargaan dan sistem kerja yang fleksibel. Selain memberikan kenyamanan kepada para karyawan hal ini juga mengurangi tekanan yang dirasakan karyawan dalam kegiatan produksi. Dalam hal ini UMKM Soe Art berusaha untuk memuliakan manusia atau karyawannya bukan hanya sekedar mempekerjakan manusia.

Kemudian UMKM Soe Art juga memperhatikan aspek spiritual dalam hal ini adalah pelaksanaan ibadah sholat dhuha dan berdoa sebelum melakukan aktivitas produksinya, serta pelaksanaan sholat berjamaah setiap kali waktu sholat tiba. UMKM Soe Art juga memperhatikan sistem dan menentukan tanggung jawab dan wewenang, menghormati kekuasaan dan organisasi, menuntut ketaatan kepada kebaikan. Dapat dilihat dari penentuan tanggung jawab sesuai dengan peran masing-masing lini dalam usaha, mulai dari *Founder* dan *Co. Founder*, kepala *marketing*, *designer*, kepala produksi yang membawahi bagian pemotongan dan penjahitan, admin, dan bagian packing serta kualitas kontrol.

UMKM Soe Art dalam kegiatan usahanya juga mengacu pada sifat-sifat Nabi SAW, yakni *shiddiq*, *amanah*, *tabligh*, *Fathanah*. Dalam hal kejujuran UMKM Soe Art berusaha untuk terus meningkatkan kejujuran para karyawan dengan tidak mudah mempercayai hal-hal yang belum tentu kebenarannya, untuk itu UMKM Soe Art memasang cctv dan *checklock* untuk memastikan karyawan masuk dan pulang kerja sesuai dengan jadwalnya, serta menghindari berita-berita bohong antar karyawan. Karyawan juga menerapkan sifat *amanah*, *tabligh*, dan *fathanah*, dalam hal ini pada segi pelayanan kepada pembeli selalu menjaga agar memberikan informasi yang benar kepada pembeli.

Dari segi pelayanan, dalam Islam juga dijelaskan bahwa pelayanan adalah suatu keharusan yang pengoperasiannya sesuai dengan prinsip syariah. Islam menekankan keabsahan suatu pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen yang merasakan kepuasan secara maksimum. UMKM Soe Art melakukan pelayanan dengan bersikap sopan, ramah, dan selalu berupaya memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan diketahui bahwa dalam memberikan pelayanan pada usahanya, UMKM Soe Art selalu memperhatikan prinsip-prinsip tersebut, yaitu:

- a. Prinsip ta'awun atau tolong menolong

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحْلُوا شَعَائِرَ اللَّهِ وَلَا الشَّهْرَ الْحَرَامَ وَلَا الْهَدْيَ وَلَا الْفَلَاحِيذَ وَلَا آمِينَ النَّبَيْتِ
الْحَرَامَ يَبْتَغُونَ فَضْلًا مِنْ رَبِّهِمْ وَرِضْوَانًا وَإِذَا حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَا نُ قَوْمٍ أَنْ
صَدُّوكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ أَنْ تَعْتَدُوا وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ
وَالْعُدْوَانِ وَالنَّفْوَ اللَّهُ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ (2)

Artinya:

*Dan tolong menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan taqwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertaqwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya*³⁵.

Berdasarkan ayat tersebut UMKM Soe Art mengimplementasikan nya yaitu dengan memberikan hak untuk hanya membayar sebagian saja atau DP setengah harga untuk bisa memesan produknya, selain itu juga UMKM Soe Art memberikan alternatif motif tas yang sesuai dengan harapan mereka, mereka pun akan mendapatkan *real pict* dari produk sebelum produknya sampai ke tangan *customer*. Selain itu pembuatan sampel gratis untuk pemesanan dalam jumlah banyak dengan syarat sudah menanda tangani MoU. Hal itu termasuk kedalam prinsip tolong menolong yang dilakukan oleh UMKM Soe Art sebagai upaya untuk terus memberikan pelayanan yang dibutuhkan oleh konsumen mereka sehingga konsumen dapat merasa puas.

b. Prinsip memberi kemudahan (*At-Taysir*), dalam sebuah ayat Al-Qur'an³⁶:

شَهْرٍ رَمَضَانَ الَّذِي أُنزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ هُدًى لِّلنَّاسِ وَبَيِّنَاتٍ مِّنَ الْهُدَىٰ وَالْفُرْقَانِ فَمَنْ شَهِدَ مِنْكُمُ
الشَّهْرَ فَلْيَصُمْهُ وَمَنْ كَانَ مَرِيضًا أَوْ عَلَىٰ سَفَرٍ فَعِدَّةٌ مِّنْ أَيَّامٍ أُخَرَ يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْعُسْرَ وَلْيُخَفِّضَ
الْعِدَّةَ وَلْيُكَبِّرُوا اللَّهَ عَلَىٰ مَا هَدَاكُمْ وَلَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ (185)

Artinya: *Allah menghendaki kemudahan bagimu, dan tidak menghendaki kesukaran bagimu. Dan hendaklah kamu mencukupkan bilangannya dan hendaklah kamu mengagungkan Allah atas petunjuk-Nya yang diberikan kepadamu, supaya kamu bersyukur.*

Dari Ayat tersebut dapat kita simpulkan bahwa Allah SWT menghendaki kemudahan bagi setiap umatnya dan sebagai umat manusia kita seharusnya saling memberi kemudahan bagi sesama manusia dala segala hal, termasuk dalam hal ini yaitu bisnis, prinsip memberi kemudahan dalam hal ini dijalankan oleh UMKM Soe Art kepada pelanggannya dapat dilihat dari bagaimana pembelian motif sebelum dijahit diberikan alternatif pilihan motif, selain itu pembayarannya disediakan beberapa

³⁵ Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahnya, Surabaya: Mega Jaya Abadi, Al-Maidah:2

³⁶ Ibid, Al-Baqarah:185

pilihan bank, sehingga tidak perlu terkena potongan biaya admin, dan juga pemesanan pun mudah hanya dengan pengisian format order, hal lain dapat juga dilihat dari bagaimana UMKM Soe Art juga memberikan sampel produk secara gratis kepada pelanggan yang memesan dalam jumlah banyak dan sudah sampai pada tahap *deal* untuk dilakukan pesanan.

c. Prinsip persamaan (*Musawah*),

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ (13)

*Hai manusia, Sesungguhnya Kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa - bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal-mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia diantara kamu disisi Allah ialah orang yang paling taqwa diantara kamu. Sesungguhnya Allah Maha mengetahui lagi Maha Mengenal*³⁷.

Dari ayat diatas dapat diketahui bahwa kita dianjurkan untuk bersosialisasi dengan siapapun tanpa harus membedakan, dalam prinsip persamaan ini, UMKM Soe Art dalam memberikan pelayanan kepada para pelanggannya tidak pernah membedakan status mereka, UMKM Soe Art selalu berusaha memberikan pelayanan dengan kualitas terbaik bagi seluruh konsumen atau pelanggannya. Karena UMKM Soe Art memandang bahwa semua konsumen atau pelanggan ini sama kedudukannya dalam agama Islam, UMKM Soe Art juga memandang bahwa para konsumen ini adalah orang yang selayaknya dilayani sesuai dengan kebutuhan yang mereka perlukan.

d. Prinsip saling mencintai (*Mahabbah*).

ضُرِبَتْ عَلَيْهِمُ الذَّلِيلَةُ أَيْنَ مَا تُفُؤُوا إِلَّا يَجِدِ مِنَ اللَّهِ وَحِجْلٍ مِنَ النَّاسِ وَبَاءُوا بِغَضَبٍ مِنَ اللَّهِ وَضُرِبَتْ عَلَيْهِمُ الْمَسْكَنَةُ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ كَانُوا يَكْفُرُونَ بِآيَاتِ اللَّهِ وَيَقْتُلُونَ الْأَنْبِيَاءَ بِغَيْرِ حَقِّ ذَلِكَ بِمَا عَصَوْا وَكَانُوا يَعْتَدُونَ (112)

Artinya:

*Mereka diliputi kehinaan di mana saja mereka berada, kecuali jika mereka berpegang kepada tali (agama) Allah dan tali (perjanjian) dengan manusia dan mereka kembali mendapatkan kemurkaan dari Allah dan mereka diliputi kerendahan, yang demikian itu karena mereka kafir kepada ayat-ayat Allah dan membunuh Para Nabi tanpa alasan yang benar, yang demikian itu disebabkan mereka durhaka dan melampaui batas*³⁸.

³⁷Ibid, Al Hujurat (49): 13

³⁸ Ibid, Ali Imran:112

Dari ayat diatas dapat disimpulkan bahwa Allah sangat membenci perilaku kafir dan saling membunuh antar manusia, dalam hal ini yaitu Nabi, dapat diketahui bahwa kita diwajibkan untuk saling mencintai dan berbuat baik kepada orang lain selayaknya kecintaan kita terhadap diri kita sendiri. Pada prinsip saling mencintai ini pemilik dan karyawan berusaha memberikan pelayanan seperti yang diharapkan konsumen atau pelanggan, hal ini dilakukan dengan cara memperlakukan pelanggan dengan baik seperti memperlakukan dirinya sendiri, karena pemilik dan karyawan sadar bahwa dengan cara itu mereka dapat lebih memahami pelanggannya, sehingga pelanggan akan merasa bahwa mereka dilayani dengan baik. Hal ini juga dilakukan pemilik atas dasar pengalaman berbelanja yang biasa ia dapatkan sehingga menimbulkan keinginan agar konsumennya tidak hanya sekedar order tapi mendapatkan keinginannya dengan baik.

e. Prinsip lemah lembut (*Al-Layin*).

فِيمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لَنْتَ لَهُمْ وَلَا كُنْتَ فَظًا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْقَضُوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ
وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ (159)
"Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya"³⁹.

Dari ayat diatas didapatkan keterangan bahwa kita selayaknya berlaku lemah lembut kepada orang lain, hal ini dapat dilihat pada pelaksanaan pelayanan kepada para pelanggan. Dalam menjalankan prinsip lemah lembut disini, UMKM Soe Art dapat terlihat dari sikap yang sopan, sabar, dan ramah pemilik maupun karyawan ketika memberikan pelayanan kepada pelanggan. Sehingga dapat menimbulkan rasa senang bagi para pelanggan terhadap servis yang mereka terima dari UMKM Soe Art.

f. Prinsip kekeluargaan (*Ukhuwah*), dalam sebuah ayat Al-Qur'an telah dinyatakan terkait dengan persaudaraan antar umat manusia, yaitu pada QS. Al-Hujarat ayat 10 sebagai berikut:

إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ إِخْوَةٌ فَأَصْلِحُوا بَيْنَ أَخَوَيْكُمْ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُرْحَمُونَ (10)

Artinya:

³⁹ Ibid, Ali Imron:159

“Orang-orang beriman itu sesungguhnya bersaudara. Sebab itu damaikanlah (perbaiki hubungan) antara kedua saudaramu itu dan takutlah terhadap Allah, supaya kamu mendapat rahmat”⁴⁰.

UMKM Soe Art menggunakan pendekatan personal kepada para pelanggannya, hal ini sebagai bagian dari servis yang ingin di berikan dengan baik, sifat kekeluargaan yang juga menjadi hal yang sangat diperhatikan terhadap para pelanggan, agar pelanggan merasa nyaman untuk melakukan pembelian di UMKM Soe Art, hal ini dapat dilihat dari bagaimana *treatment* yang diberikan oleh pemilik Soe Art kepada pelanggannya yang telah melakukan *repeat order* produk-produk mereka dengan langsung *chat* secara personal, hal ini juga dilakukan agar konsumen merasa percaya dan dapat leluasa mengutarakan pendapat dan masukan mereka bagi produk-produk yang telah rasakan.

Dari pemaparan hasil penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa dalam melakukan aktivitas usahanya UMKM Soe Art selalu berusaha menjaga mutu serta kualitas produk dan pelayanannya, dimana dalam pelaksanaannya sangat berusaha memegang teguh prinsip-prinsip syariah dan selalu melakukan ibadah yang baik, menerapkan sifat-sifat Nabi SAW seperti *shiddiq, amanah, tabligh, fathonah*, serta berusaha untuk menghindarkan diri dari suatu hal yang dilarang dalam Islam ketika berwirausaha atau berdagang.

SIMPULAN

Penerapan manajemen mutu produk dan pelayanan dalam meningkatkan volume penjualan produk Soe Art.

Penerapan manajemen mutu produk pada UMKM Soe Art adalah dengan serangkaian tahap perencanaan, peningkatan, pengendalian, dan penjaminan mutu. UMKM Soe Art juga dalam pelaksanaannya selalu memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi mutu atau kualitas produk baik bahan kain denim dan kombinasi kulit sapi, kemudian faktor desain produk dimana selalu mencari inspirasi-inspirasi terbaru untuk setiap produk yang akan dirilis, faktor mesin atau teknologi yang digunakan juga selalu berusaha ditingkatkan, faktor pengangkutan dan pengemasan, dimana dalam pengangkutan selalu disesuaikan dengan permintaan, jumlah, dan jarak pesanan, serta memilih jasa ekspedisi kredibel. Pengemasan sendiri menggunakan bahan-bahan yang ramah lingkungan.

⁴⁰ Ibid, Al-Hujarat ayat 10

Penerapan pelayanan dalam meningkatkan volume penjualan produk Soe Art dengan cara menciptakan rasa nyaman dan kepercayaan bagi pelanggan selama proses penjualan, hal ini diciptakan dari pemberian pelayanan yang baik dan prima dari pemilik dan karyawan, yaitu dengan selalu bersikap ramah, sopan, santun, dan sigap dalam memberikan bantuan kepada para pelanggannya, serta pemberian pelayanan purna jual berupa *follof up customer* oleh admin dan pemilik UMKM Soe Art. Pelayanan diberikan sesuai harapan konsumen.

Pandangan ekonomi syariah tentang penerapan manajemen mutu produk dan pelayanan dalam meningkatkan volume penjualan produk Soe Art.

Pandangan ekonomi syariah tentang penerapan manajemen mutu produk dan pelayanan dalam meningkatkan volume penjualan produk Soe Art adalah dengan selalu memegang teguh prinsip-prinsip ajaran Islam dalam setiap kegiatan manajemen mutu produk serta pelayanannya. Manajemen mutu produk dilakukan dengan selalu mengacu kepada prinsip-prinsip syariah yaitu dengan memenuhi hak-hak pembeli dalam mendapatkan barang dengan kualitas yang baik, serta menghindari hal-hal yang dapat menjadikan jual beli cacat, menjaga aspek-aspek etika sosial, spiritual. Dalam hal pemberian pelayanan kepada pelanggan, selalu bersikap ramah, sopan, santun, sigap dalam memberikan bantuan kepada konsumen. Serta memeperhatikan prinsip tolong menolong, memberikan kemudahan, persamaan, saling mencintai, lemah lembut, dan kekeluargaan. Selain itu dalam pelaksanaannya selalu mengacu kepada sifat Nabi SAW yaitu, *shiddiq, amanah, tabligh, fathonah*.

DAFTAR PUSTAKA

- Rohman, Abdur dan Firman Setiawan, *TAHFIDZ AYAT DAN HADITS IQTISHADY*, (Pamekasan: Duta Media Center,2016).
- Rangkuti, Freddy, *STRATEGI PROMOSI YANG KREATIF DAN ANALISIS KASUS INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama,2009).
- Manulang, M, *DASAR-DASAR MANAJEMEN*, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2005, ISBN 979-420-500-1.
- Sutarno, *SERBA-SERBI MANAJEMEN BISNIS*, Yogyakarta: Graha Ilmu,Cet.1, 2012,ISBN:978-979-756-964-8.
- P. Tampubolon, Manahan, *MANAJEMEN OPERASIONAL (Operations Management)*, Jakarta: Penerbit Ghalia Indonesia, Cet.1,2004.
- Mamik, *METODOLOGI KUALITATIF*, (Sidoarjo: Zifatama Publisher,2015),Cet. 1.

Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Surabaya: Mega Jaya Abadi.

Syaifullah M.S, "Etika Jual Beli Dalam Islam", *Jurnal Studia Islamika*, Vol.11, No.2,2014, hlm.379

Ronald A. Simanjuntak, dan Skarlet Sinta Suawa, "Analisis Sistem Manajemen Mutu dan Pengaruhnya Dalam Meningkatkan Kinerja Operasional Bangunan Gedung Tinggi Perkantoran Di Jakarta Pusat". *Jurnal Ilmiah Media Engineering*, Vol.4, No.2,2014, hlm.93

Nurhadi, "Konsep Pelayanan Perspektif Ekonomi Syariah", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol.2, No.2,2018,hlm.140

Efendi Panjaitan, Januar, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung", *Jurnal Manajemen*, Vol.11, No.2, 2016,hlm.266

Faisal, Rifki, dkk, "Pengaruh Fungsi Manajemen Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan (Studi Kasus di Home Industri Asri Rahayu di Wilayah Majalengka)". *Jurnal Ilmu Pertanian dan Peternakan*, Vol. 4, No.2,2016,hlm.158.

Gusrizaldi, Rogi dan Eka Komalasari, "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkat Penjualan di Indrako Swalayan Teluk Kuantan", *Jurnal Valuta* Vol.2,No.2,2016,ISSN: 2502-1419,hlm.289

Kanedi, Indra,dkk, "Sistem Pelayanan Untuk Peningkatan Kepuasan Pengunjung Pada Perpustakaan Arsip dan Dokumentasi Kota Bengkulu". *Jurnal Pseudocode*, Volume IV, Nomor 1, 2017, ISSN 2355-5920,hlm.38

Sasangka, Indra dan Rahmat Rusmayadi, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Volume Penjualan pada Mini Market Minimart'90 Bandung". *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi dan Akuntansi*, Vol.2, No.1,2018,ISSN:2541-5255,hlm.135

M.A. Poluan, Firna, dkk, "Strategi Marketing Mix dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Pada Minuman Kesehatan Instant Alvero)". *Jurnal Emba*, Vol.7, No.3, 2019,hlm.2971.

Siti Chaeriah, Ella, "Manajemen Berbasis Mutu", ISSN: 2338-4794, Vol. 4. No.2, 2016,hlm.2

Dwi Anggraeni, Feno, dkk, "Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) melalui Fasilitas Pihak Eksternal dan Potensi Internal (Studi Kasus pada Kelompok Usaha "Emping Jagung" bdi Kelurahan Pandanwangi Kecamatan Blimbing, Kota Malang)". *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, Vol.1, No. 6, hlm. 1286-1288.

https://www.instagram.com/tv/CGd9JlJmil/?utm_medium=copy_link

Soeart official Instagram Post di akses tanggal 27 Juni 2021 pukul 07.24 WIB.