

Pengaruh Kualitas Pelayanan Usaha dan Strategi Pemasaran Syariah terhadap Pendapatan pada Usaha Kukus Bungkus Official Kota Jambi

M. Zikri Ardiansyah¹, Efni Anita², Rohana³

^{1,2,3} Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

e-mail: muhammadza401@gmail.com¹, efnianita@uinjambi.ac.id²,
rohana071992@uinjambi.ac.id³

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pendapatan usaha kukus bungkus *official* kota jambi terhadap pengaruh kualitas pelayanan dan strategi pemasaran syariah. Penelitian ini dilakukan berdasarkan fenomena yang terjadi saat ini yaitu pendapatan Kukus Bungkus *Official* Kota Jambi mengalami penurunan pada tahun 2020 hingga 2022. Subjek penelitian ini adalah masyarakat kota jambi sebagai konsumen Kukus Bungkus *Official* Kota Jambi. Sampel dalam penelitian ini terdiri dari 85 responden yang didapat dengan menggunakan rumus slovin dengan presentase batas toleransi 10 persen, menggunakan metode survei kuesioner, kemudian diolah menggunakan metode regresi linier berganda. Hasil penelitian ini secara parsial variabel kualitas pelayanan dan variabel strategi pemasaran syariah secara bersama-sama berpengaruh terhadap pendapatan usaha Kukus Bungkus *Official* Kota Jambi. Dari hasil penelitian secara simultan variabel kualitas pelayanan dan strategi pemasaran syariah secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan usaha Kukus Bungkus *Official* Kota Jambi.

Kata kunci: *Kualitas Pelayanan, Strategi Pemasaran Syariah, Pendapatan Usaha.*

Abstract

The aim of this research is to analyze the income of the Kukus Bungkus Official in Jambi City on the influence of service quality and sharia marketing strategies. This research was conducted based on the current phenomenon, namely that the income of kukus bungkus official jambi city experienced a decline from 2020 to 2022. The subjects of this research were the people of Jambi City as consumers of kukus bungkus official jambi city. The sample in this study consisted of 85 respondents who were obtained using the Slovin formula with a tolerance limit percentage of 10 percent, using a questionnaire survey method, then processed using the multiple linear regression method. The results of this research, in particular, service quality variables and sharia marketing strategy variables together influence the income of the kukus bungkus official jambi city business. From the results of the research, simultaneously the variables of service quality and sharia marketing strategy

together have a significant influence on the business income of Kukus Bungkus Official Jambi City.

Keywords : *Quality of Service, Sharia Marketing Strategy, Business Income.*

PENDAHULUAN

Sebuah usaha didirikan dengan tujuan menghasilkan keuntungan untuk pengembangan bisnis yang berkelanjutan. Untuk memperoleh pendapatan yang berkelanjutan, suatu usaha harus mampu bersaing dengan meningkatkan kualitas pelayanan usaha dan membuat strategi pemasaran yang efektif sehingga penjualan semakin meningkat dan pendapatan semakin bertambah. Semakin kerasnya persaingan yang dihadapi oleh pengusaha pada umumnya menunjukkan bahwa pentingnya strategi pemasaran bagi pengusaha. Dalam situasi demikian, tidak ada lagi pilihan lain bagi pengusaha kecuali berusaha untuk menghadapinya atau sama sekali keluar dari arena persaingan.

Pengusaha harus meningkatkan efektifitas dan nilai pelanggan, respon yang paling baik untuk melindungi pasar yaitu dengan melakukan inovasi terus menerus. Di provinsi jambi, khususnya kota jambi, terdapat banyak sekali jenis-jenis UMKM, mulai dari usaha Kuliner, Fashion dan Agribisnis. Menurut data dari Badan Pusat Statistik Provinsi Jambi, sumber Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Jambi tahun 2019 sampai 2022, bahwa jumlah UMKM di Provinsi Jambi tahun 2020 sebanyak 184 042,00 dan di Kota Jambi Sebanyak 50 747,00 UMKM. Salah satunya yaitu UMKM Kukus Bungkus Official Jambi. Salah satunya yaitu UMKM Kukus Bungkus Official Jambi.

Dari uraian diatas maka peneliti tertarik untuk meneliti dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Strategi Pemasaran Syariah Terhadap Pendapatan Usaha pada Kukus Bungkus Official Jambi”

Adapun beberapa tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap pendapatan usaha
2. Untuk menganalisis pengaruh strategi pemasaran syariah terhadap pendapatan usaha.
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan strategi pemasaran syariah secara simultan terhadap pendapatan usaha.

Kualitas Pelayanan

Kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat. Pelayanan secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, melalui pelayanan ini keinginan dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi. Kualitas pelayanan atau *customer service* ini dapat dibedakan ke dalam dua kriteria yaitu jenis kualitas pelayanan yang baik dan kualitas pelayanan yang buruk. Kualitas pelayanan ini bukanlah suatu hal yang permanen atau kaku, melainkan fleksibel dan dapat dirubah. Perubahan ini tentunya berupa peningkatan kualitas pelayanan agar semakin lebih baik lagi.

Kualitas pelayanan merupakan keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik dari produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara

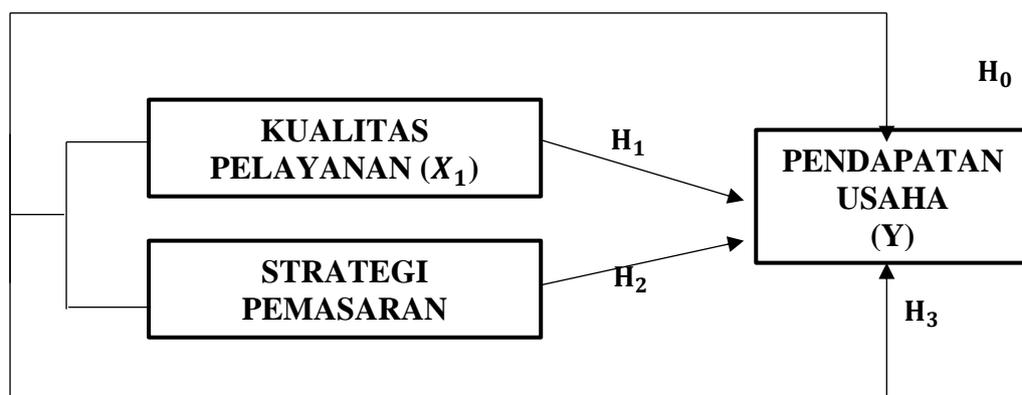
langsung maupun tidak langsung. Produk jasa yang berkualitas mempunyai peranan penting untuk membentuk kepuasan pelanggan. Semakin berkualitas produk dan jasa yang diberikan, maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan semakin tinggi. Bila kepuasan pelanggan semakin tinggi, maka dapat menimbulkan keuntungan bagi badan usaha tersebut.

Strategi Pemasaran Syariah

Pemasaran syariah merupakan bisnis strategi yang mengarah pada upaya dalam menciptakan, menawarkan dan merubah nilai dari satu inisiator kepada *stakeholder*-nya, dimana seluruh prosesnya berdasarkan prinsip muamalah dan syariah serta akad dalam Islam. Dalam pemasaran syariah semua proses dari penawaran sampai perubahan nilai tidak diperbolehkan adanya hal yang bertentangan dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah yang islami. Selama tidak bertentangan prinsip muamalah yang islami maka bentuk transaksi apapun dalam pemasaran dibolehkan.

Strategi pemasaran syariah adalah sebagai alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk mencapai pasar sasaran tersebut yang harus bertumpu pada empat prinsip dasar: ketuhanan (*rabbaniyah*), menjunjung tinggi akhlak mulia (*akhlaqiyah*), mewaspadaai keadaan pasar yang selalu berubah (*waqi'ah*), dan selalu memartabatkan manusia dan terpola syarat bingkai syariah dengan inovasi, efisiensi, servis, dan *responsibility*.

Kerangka Pemikiran



Hipotesis Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah, tujuan penelitian dan kerangka pemikiran diatas dapat dirumuskan hipotesisnya sebagai-berikut:

H₀ = Tidak berpengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap pendapatan usaha

H₁ = Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap pendapatan usaha

- H₂ = Terdapat pengaruh yang signifikan antara strategi pemasaran syariah terhadap pendapatan usaha
- H₃ = Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan, dan strategi pemasaran syariah terhadap pendapatan usaha

METODE

Jenis dan Sumber Data Penelitian

Jenis data penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Sumber data penelitian ini menggunakan dua jenis sumber data, yaitu data primer dan sekunder. Data primer dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh langsung dari responden melalui kuesioner atau angket pada objek penelitian yaitu konsumen Kukus Bungkus Official Jambi. Data sekunder pada penelitian ini adalah observasi pada objek penelitian yaitu pemilik Kukus Bungkus Official Jambi serta literatur yang berkaitan dengan pengaruh kualitas pelayanan dan strategi pemasaran terhadap pendapatan usaha.

Objek Penelitian

Pada penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah Kukus Bungkus Official Jambi.

Metode Pengumpulan Sampel

Pada penelitian ini menggunakan metode pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin dengan presentase batas toleransi 10 persen, jadi sebanyak 85 orang masyarakat kota jambi.

Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini menggunakan Jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan, menggunakan pendekatan deskriptif karena bertujuan membuat deskripsi mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat suatu populasi atau sampel tertentu secara sistematis, faktual dan teliti. Pengolahan pada data untuk penelitian ini menggunakan SPSS. Uji yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji instrumen, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, dan uji hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Tabel 1. Uji Validitas Variabel X1 Kualitas Pelayanan

Pernyataan	Rhitung	rtabel	Kesimpulan
P1	0,718	0,2133	Valid
P2	0,525	0,2133	Valid
P3	0,667	0,2133	Valid
P4	0,651	0,2133	Valid
P5	0,643	0,2133	Valid
P6	0,723	0,2133	Valid
P7	0,550	0,2133	Valid
P8	0,357	0,2133	Valid
P9	0,325	0,2133	Valid
P10	0,354	0,2133	Valid

Berdasarkan hasil pengujian validitas dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan kuesioner adalah valid.

Tabel 2. Uji Validitas Variabel X2 Strategi Pemasaran Syariah

Pernyataan	Rhitung	rtabel	Kesimpulan
P1	0,488	0,2133	Valid
P2	0,396	0,2133	Valid
P3	0,397	0,2133	Valid
P4	0,498	0,2133	Valid
P5	0,367	0,2133	Valid
P6	0,432	0,2133	Valid
P7	0,291	0,2133	Valid
P8	0,540	0,2133	Valid
P9	0,692	0,2133	Valid
P10	0,425	0,2133	Valid
P11	0,518	0,2133	Valid
P12	0,538	0,2133	Valid
P13	0,605	0,2133	Valid
P14	0,378	0,2133	Valid
P15	0,261	0,2133	Valid
P16	0,670	0,2133	Valid

Berdasarkan hasil pengujian validitas dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan kuesioner adalah valid.

Tabel 3. Uji Validitas Y Pendapatan

Pernyataan	Rhitung	rtabel	Kesimpulan
P1	0,757	0,2133	Valid
P2	0,713	0,2133	Valid
P3	0,748	0,2133	Valid
P4	0,554	0,2133	Valid
P5	0,521	0,2133	Valid

Berdasarkan hasil pengujian validitas dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan kuesioner adalah valid.

Uji Reliabilitas

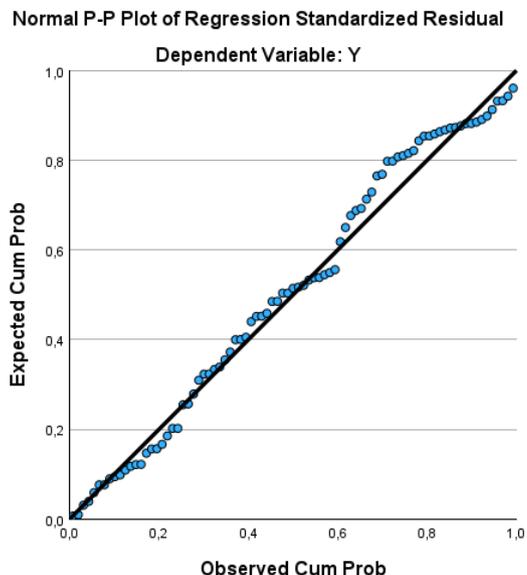
Tabel 4. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Ketentuan Cronbach Alpha	Kesimpulan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,749	0,60	Reliabel
Strategi Pemasaran	0,761	0,60	Reliabel

Syariah(X2)			
Pendapatan Usaha (Y)	0,663	0,60	Reliabel

Berdasarkan dari tabel hasil uji Reliabilitas data di atas, menunjukkan bahwa setiap item pertanyaan memiliki Koefisien alpha > dari 0,60 sehingga seluruh item dinyatakan Reliabel dan dapat digunakan untuk pengujian selanjutnya.

Uji Normalitas



Gambar 1. Uji Normalitas pada Grafik P-Plot

Berdasarkan hasil uji normalitas di atas, terlihat bahwa pola mengikuti garis lurus yang berarti data pada penelitian ini data berdistribusi normal.

**Tabel 5. Hasil Uji Normalitas
 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		85
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2,12326631
Most Extreme Differences	Absolute	,095
	Positive	,048
	Negative	-,095
Test Statistic		,095
Asymp. Sig. (2-tailed)		,058

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa nilai Asymp Sig sebesar 0,058 dimana nilai ini lebih besar dari 0,05 ini berarti data pada penelitian ini terdistribusi normal.

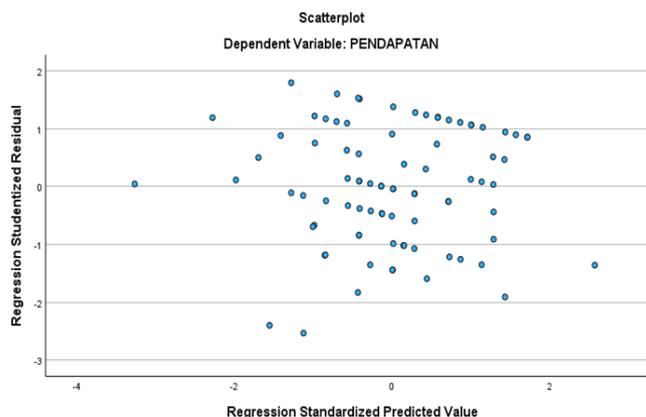
Uji Multikolinieritas

Tabel 6. Uji Multikolinieritas Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Kualitas Pelayanan	0.335	2.984	Bebas Multikolinieritas
Strategi Pemasaran Syariah	0.335	2.984	Bebas Multikolinieritas

Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai tolerance 0,335 angka ini > 0,1 dan VIF 2,984 < 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas pada penelitian ini.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 2. Uji Heteroskedastisitas

Hasil gambar diatas menunjukkan bahwa titik menyebar dan tidak ada pola yang jelas pada hasil pengujian, maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada penelitian ini.

Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 7. Hasil Analisis Regresi Berganda

Model	Unstandadized Coefficient		Standardized Coefficients Beta	T	Sig
	B	Std. Error			
Konstanta	20,795	0,661		31,481	0,001
Kualitas Pelayanan (X1)	-0,283	0,020	-1,454	-14,123	0,001
Strategi Pemasaran Syariah (X2)	0,189	0,016	1,211	11,769	0,001

Adapun hasil interpretasi dari persamaan regresi diatas adalah sebagai berikut :

- a. Nilai konstanta yang di dihasilkan 20,795 ini berarti apabila Kualitas Pelayanan (X1) dan Strategi Pemasaran Syariah (X2) sama dengan 0 maka pendapatan usaha adalah 20,795.
- b. Kualitas Pelayanan (X1) memiliki nilai sebesar -0,283 artinya jika variabel independen lainnya memiliki nilai yang tetap dan X1 mengalami kenaikan 1 satuan, maka pendapatan (Y) akan mengalami kenaikan sebesar -0,283.
- c. Strategi Pemasaran Syariah (X2) sebesar 0,189 artinya setiap kenaikan 1 satuan Strategi pemasaran Syariah maka pendapatan usaha akan naik sebesar 0,189.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,842 ^a	,709	,702	0,42980

Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai R² adalah sebesar 0,702 atau setara dengan 70,9%. Artinya, sebanyak 70,9% dipengaruhi oleh variabel dalam penelitian ini dan sisanya yaitu sebesar 29,1% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Uji t

Tabel 9. Hasil Uji t Coefficients^a

Model	Unstandadized Coefficient		Standardized Coefficients Beta	T	Sig
	B	Std. Error			
Konstanta	20,795	0,661		31,481	0,001
Kualitas Pelayanan (X1)	-0,283	0,020	-1,454	-14,123	0,001
Strategi Pemasaran Syariah (X2)	0,189	0,016	1,211	11,769	0,001

Berdasarkan hasil t-hitung pada tabel di atas, maka dapat dijelaskan pengaruh masing-masing variabel Independen terhadap variabel Dependen sebagai berikut:

- 1) Hasil uji t yang di dapat dari tabel diatas menunjukkan nilai signifikansi variabel Kualitas Pelayanan (X1) adalah 0,001 dimana tingkat signifikansi tersebut < 0,05 ini berarti Ho ditolak yang artinya Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh terhadap Pendapatan Usaha. Nilai t hitung dari tabel diatas menunjukkan angka -14,123 sedangkan nilai t tabel yang dihasilkan adalah -1,668. Karena nilai t hitung > t tabel artinya Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pendapatan usaha.
- 2) Hasil uji t yang di dapat dari tabel diatas menunjukkan nilai signifikansi variabel strategi pemasaran syariah (X2) adalah 0,001 dimana tingkat signifikansi tersebut < 0,05 ini berarti Ho ditolak yang artinya strategi pemasaran syariah (X2) berpengaruh terhadap pendapatan usaha. Nilai t hitung dari tabel diatas menunjukkan angka 11,769

sedangkan nilai t tabel yang dihasilkan adalah 1,668. Karena nilai t hitung > t tabel artinya strategi pemasaran syariah (X2) berpengaruh terhadap pendapatan usaha.

Uji F

Tabel 10. Hasil Uji F ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	36,833	2	18,441	99,829	,001 ^b
Residual	15,148	82	0,185		
Total	52,030	84			

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai f hitung adalah 99,829 sedangkan nilai f tabel adalah 3,96 dan nilai signifikansi sebesar 0,001 dimana angka ini < 0,05 dan nilai f hitung > f tabel ini berarti Kualitas Pelayanan (X1) dan Strategi Pemasaran Syariah (X2) secara bersama-sama berpengaruh terhadap Pendapatan Usaha.

Pembahasan Hasil Penelitian

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Pendapatan pada Usaha Kukus Bungkus Official Kota Jambi

Kualitas Pelayanan (X1) memiliki nilai t-hitung yang lebih besar dari nilai t- tabel (-14,123 > -1,668) dan taraf signifikansi yang lebih besar dari 0,05 (0,001 < 0,05). Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan Usaha Kukus Bungkus Official Kota Jambi. Menurut penelitian, dengan kualitas pelayanan yang baik dapat membuat pelanggan puas sehingga berminat untuk membeli kembali produk yang tentunya berdampak pada meningkatnya pendapatan usaha. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Alifia Dwi Purwati dkk (2023), bahwa kualitas pelayanan terhadap peningkatan pendapatan berpengaruh signifikan.

Pengaruh Strategi Pemasaran Syariah terhadap Pendapatan pada Usaha Kukus Bungkus Official Kota Jambi

Berdasarkan hasil pengujian Hipotesis, diperoleh bahwa Variabel Strategi Pemasaran Syariah (X2) memiliki nilai t-hitung yang lebih besar dari nilai t-tabel (11,769 > 1,668), dan taraf signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 (0,001 < 0,05). Hal ini menunjukkan bahwa variabel Strategi Pemasaran Syariah secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan Usaha Kukus Bungkus Official Kota Jambi. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Nabila Veren Estefany dkk (2022), penerapan strategi pemasaran syariah UMKM Pia untuk meningkatkan pendapatan telah sesuai dengan strategi pemasaran syariah.

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Strategi Pemasaran Syariah Terhadap Pendapatan Pada Usaha Kukus Bungkus Official Kota Jambi

Berdasarkan pengujian statistik yang telah dilakukan, hasil pengujian menyatakan bahwa secara bersama-sama variabel kualitas pelayanan dan strategi pemasaran syariah

berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pada usaha kukus bungkus official kota jambi dengan tingkat signifikansi sebesar 0,001 dimana nilai f hitung adalah 99,829 sedangkan nilai f tabel adalah 3,96. nilai f hitung $>$ f tabel ini berarti kualitas pelayanan (X1) dan strategi pemasaran syariah (X2) dan tingkat signifikansi $<$ 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama berpengaruh terhadap pendapatan usaha.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara parsial variabel Kualitas Pelayanan dan variabel Strategi Pemasaran Syariah secara bersama-sama berpengaruh terhadap Pendapatan Usaha Kukus Bungkus Official Kota Jambi.
2. Dari hasil penelitian secara simultan variabel Kualitas Pelayanan dan variabel Strategi Pemasaran Syariah secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan Kukus Bungkus Official Kota Jambi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Segala puji dan syukur kupersembahkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunianya sehingga jurnal ini dapat terselesaikan dengan baik. Terimakasih kepada Kukus Bungkus Official Kota Jambi yang sudah menjadi objek penelitian ini dan tak lupa pula saya ucapkan terimakasih kepada pembimbing saya ibu Efni Anita, S.E., M.E.Sy selaku pembimbing I dan Ibu Rohana, S.E., M.E selaku pembimbing II serta seluruh pihak yang sudah membantu dalam penyelesaian penelitian ini, semoga penelitian ini. menjadi bahan referensi serta ilmu yang berguna bagi pengembangan ilmu tentang Manajemen Keuangan Syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Alifia Dwi Purwati, et al. "Analisis Manajemen Pengelolaan Pasar, Diversifikasi Produk, Revitalisasi Pasar dan Kemampuan Kerja Terhadap Kualitas Pelayanan guna Meningkatkan Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional Lembung Lor." *Penelitian Manajemen Terapan*, 2023: 146.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Jambi. *Usaha Mikro, Kecil dan Menengah 2019-2022*. 23 Juni 2023. <https://jambi.bps.go.id/indicator/35/840/1/usaha-mikro-kecil-dan-menengah.html> (diakses Oktober 3, 2023).
- Juliandi, dkk. *Mengelola data penelitian bisnis dengan spss*. medan: Lembaga penelitian dan penulisan ilmiah, 2016.
- Haryanto, R. (2020). *Manajemen Pemasaran Bank Syariah (Teori dan Praktik)*. Pamekasan: Duta Media Publishing.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Nabila Veren Estefany, et al. "Penerapan Strategi Pemasaran Syariah UMKM Kampung Pia Untuk Meningkatkan Pendapatan Masyarakat." *Syarikat : Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 2022: 192.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2019