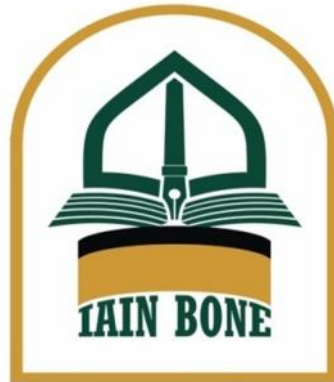


**INOVASI LAYANAN PT GLOBAL JET EXPRESS (J&T  
EXPRESS) WATAMPONE DALAM PENINGKATAN  
MINAT KONSUMEN**



**SKRIPSI**

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH  
GELAR SARJANA EKONOMI DALAM BIDANG EKONOMI SYARIAH  
PADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
IAIN BONE**

Oleh:

**ANDI INDRA WIJAYA**

NIM: 01163183

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)**

**BONE**

**2020**

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

*Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Andi Indra Wijaya

Nim : 01163183

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “**Inovasi Layanan PT. Global Jet Express (J&T Express) Watampone Dalam Peningkatan Minat Konsumen**” adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusunan sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *footnote* atau daftar pustaka. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada pihak penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

*Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*

Watampone, 3 Desember 2020

Penyusun

**Andi Indra Wijaya**  
**NIM.01163183**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Setelah meneliti dan mengoreksi dengan seksama Skripsi :

Nama Mahasiswa : Andi Indra Wijaya  
NIM : 01163183  
Prodi : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bone  
Yang dengan Judul : **“Inovasi Layanan PT. Global Jet Express (J&T Express) Watampone Dalam Peningkatan Minat Konsumen”**

Pembimbing menyatakan bahwa Skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat ilmiah dan dapat disetujui untuk dimunaqasyahkan.

Demikian persetujuan ini diberikan untuk proses selanjutnya.

Watampone, 14 Oktober 2020

Pembimbing I

Pembimbing II

**Dr. AKSI HAMZAH, SE.,M.SI.**  
NIP.197008201999031001

**RAHMA HIDAYATI DARWIS,S.Si., M.Pd.**  
NIP. 199003142015032009

## PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul ***“Inovasi Layanan PT. Global Jet Express (J&T Express) Watampone Dalam Peningkatan Minat Konsumen”***. yang disusun oleh saudaran **Andi Indra Wijaya**, NIM: 01163183, mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah (EKIS) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bone telah diujikan dan dipert hankan dalam sidang munaqasyah yang diselenggarakan pada hari Selasa, 08 Desember 2020 M bertepatan dengan tanggal 23 Rabiul Akhir 1442 H, dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Bone, 08 Desember 2020  
23 Rabiul Akhir 1442 H

### ***DEWAN MUNAQISY***

Ketua	: DR. SYAPARUDDIN, S.Ag., M.Si	( )
Sekretaris	: ISMAIL KERI, S. Ag, M.H	( )
Pembimbing I	: Dr. AKSI HAMZAH, SE.,M.SI	( )
Pembimbing II	: RAHMA HIDAYATI DARWIS,S.Si., M.Pd	( )
Munaqisy I	: Abd Rasyid, S.Pd., M.E	( )
Munaqisy II	: Muh. Hasbi, Ash, Shidiq., M.E	( )

Diketahui oleh:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
IAIN Bone

DR. SYAPARUDDIN, S.Ag., M.Si

NIP.196812202003121003

## ABSTRAK

Pokok permasalahan dalam penelitian ini yaitu : (1) Inovasi layanan PT. Global Jet Express (J&T) Watampone dalam peningkatan minat konsumen, (2) Bagaimana tinjauan ekonomi islam terhadap inovasi layanan PT.Global Jet Express.

Jenis penelitian ini tergolong penelitian Lapangan (*Field research*) dengan pendekatan sosiologis. Pengumpulan data pada penelitian ini diperoleh dari hasil yang telah dikumpulkan dilapangan melalui wawancara terhadap karyawan J&T Express Watampone dan konsumen. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data yang telah terkumpul kemudian diolah dengan menggunakan *descriptif analysis*. Teknik pengelolaan dan analisis data dilakukan dengan melakukan wawancara mendalam dengan informan. Setelah wawancara, peneliti membuat hasil wawancara dengan cara memutar kembali rekaman yang ada dan melakukan pencatatan saat wawancara. Setelah peneliti menulis hasil wawancara, selanjutnya peneliti membuat reduksi data dengan cara abstraksi, yaitu mengambil data yang sesuai dengan konteks penelitian dan mengabaikan data yang tidak diperlukan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Setelah adanya inovasi layanan yang diberikan, pelanggan merasa betah dengan kepuasan yang diberikan J&T Express Watampone yang tidak mereka jumpai pada perusahaan lain. Inovasi layanan yang J&T Express Watampone berikan memiliki nilai-nilai keislaman. dalam pelayanannya sesuai dengan standarisasi syariah yaitu: daya tanggap, keandalan, jaminan (*assurance*), perhatian (*empathy*), kemampuan fisik (*tangible*).

*Kata Kunci: Inovasi layanan, minat konsumen*

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحِيمِ الرَّحْمَنِ

Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan kehadiran Allah SWT. Yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Inovasi Layanan PT. Global Jet Express (J&T Express) Watampone Dalam Peningkatan Minat Konsumen**”. Begitu pula salawat dan salam senantiasa tercurah kepada junjungan kita Nabi Besar Muhammad SAW. Bersama segenap keluarga dan sahabat-sahabatnya. Yang telah membebaskan belenggu kejahilaaan dalam kehidupan manusia, menuju kehidupan yang damai dan tentram, dimana langit kebenaran telah ia tinggikan.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis mengakui bahwa penulis banyak mendapat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, baik bantuan yang bersifat materi maupun nonmateri, sehingga penyusunan skripsi ini dapat terlaksana sebagaimana yang diharapkan. Penulis menyadari hal tersebut, bahwa tanpa uluran tangan mereka penulis bukanlah siapa-siapa. Maka pada kesempatan ini penulis dengan segenap rasa kerendahan hati ingin menyampaikan rasa hormat, penghargaan dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. **Ayahanda dan Ibunda** serta **Kakak-Kakak** penulis yang telah mengasuh, mendidik dan mendoakan serta membiayai penulis dalam proses menempuh pendidikan selama ini.
2. **Bapak Prof. Dr. A. Nuzul, SH., M.Hum** selaku Rektor IAIN Bone beserta para Wakil Rektor I, II, dan III yang telah memberikan fasilitas dan prasarana pendidikan dan nasehat, bimbingan dan petunjuk yang sangat berharga bagi penulis.

3. **Bapak Dr. Syaparuddin, S.Ag., M.Si** selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bone.
4. **Bapak Dr. Abdul Rahim., M.Si, MA** selaku ketua prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bone.
5. **Bapak Dr. Aksi Hamzah, SE.,M.SI.** sebagai pembimbing I dan **Ibu Rahma Hidayati Darwis, S.Si., M.Pd.** sebagai pembimbing II, yang selama ini telah membimbing penulis dalam penelitian tersebut. Ide dan gagasan serta bimbingan beliaulah sehingga penelitian ini selesai dan sesuai yang diharapkan.
6. **Para Dosen IAIN Bone** yang telah membimbing dan mendidik penulis selama perkuliahan di IAIN Bone.
7. **Ibu Mardhaniah, S.Ag., S.Hum., M.Si** selaku Kepala Perpustakaan dan staf yang telah memberikan bantuan dan pelayanan peminjaman buku dan literatur yang dijadikan sebagai referensi dalam penyusunan skripsi ini.
8. Teman-teman seperjuangan mahasiswa kampus hijau IAIN Bone, terkhusus untuk teman-teman program studi Ekonomi Syariah kelompok 7 angkatan 2016, yang telah menjadi teman diskusi penulis baik dalam perkuliahan maupun diluar acara perkuliahan.
9. Dan beserta Semua pihak yang tidak bisa kami sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa hanya kepada Allah SWT. Sebagai tujuan akhir perjalanan hidup manusia. Olehnya, semoga segala bantuan dan bimbingan tersebut mendapatkan limpahan berkah dari Allah SWT. Akhir kata, mudah-mudahan skripsi ini dapat bermanfaat khususnya untuk penulis dan berguna bagi semua pihak.

Amin.

Watampone, 3 Desember 2020

Penulis,

Andi Indra Wijaya

NIM. 01163183



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TRANSLITERASI .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	3
C. Tujuan Penelitian .....	3
D. Manfaat Penelitian .....	3
E. Ruang Lingkup Penelitian.....	4
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b>	
A. Kajian Penelitian Terdahulu.....	6
B. Kajian Teori .....	14
1. Inovasi Layanan .....	14
2. Minat Konsumen.....	17
3. Segi Cara Bersaing.....	19
4. Produk (Barang dan Jasa) yang dipersaingkan .....	20
C. Kerangka Pikir Penelitian .....	21

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Jenis Dan Pendekatan Penelitian.....	23
B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	23
C. Data Dan Sumber Data.....	24
D. Subjek dan Objek Penelitian .....	24
E. Teknik Pengumpulan Data.....	25
F. Teknik Analisis Data.....	27

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	28
B. Karakteristik Informan .....	30
C. Hasil Penelitian .....	31
D. Pembahasan.....	33

### **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	44
B. Saran.....	45
C. Impilkasi.....	45

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN**

### **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	6
Tabel 3.1	Pedoman Wawancara .....	24
Tabel 4.1	Batas Kelurahan.....	29
Tabel 4.2	Daftar Informan yaitu karyawan J&T Express Watampone ....	30

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pikir.....	21
Gambar 4.1	Struktur Organisasi.....	29

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

### A. *Transliterasi Arab-Latin*

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin berdasarkan Surat Keputusan Bersama (SKB) Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I., masing-masing Nomor: 158 Tahun 1987 dan Nomor: 0543b/U/1987 sebagai berikut:

#### 1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba	b	Be
ت	ta	t	Te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	jim	j	Je
ح	ħa	ħ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha	kh	ka dan ha
د	dal	d	De
ذ	žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	ra	r	Er
ز	zai	z	Zet
س	sin	s	Es
ش	syin	sy	es dan ye
ص	šad	š	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	za	z	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	apostrof terbalik
غ	gain	g	Ge
ف	fa	f	Ef
ق	qaf	q	Qi
ك	kaf	k	Ka
ل	lam	l	El
م	mim	m	Em
ن	nun	n	En
و	wau	w	We
ه	ha	h	Ha
ء	hamzah	’	Apostrof
ي	ya	y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda. Jika terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (').

## 2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong. Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	<i>fathah</i>	a	a
اِ	<i>kasrah</i>	i	i
اُ	<i>dammah</i>	u	u

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اِي	<i>fathah dan yā'</i>	ai	a dan i
اُو	<i>fathah dan wau</i>	au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*

هَوْلٌ : *hauḷa*

## 3. Maddah

*Maddah* atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
أَ ...   آ ...	<i>fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>yā</i>	ā	a dan garis di atas
إِ	<i>kasrah</i> dan <i>yā</i>	ī	i dan garis di atas
وُ	<i>ḍammah</i> dan <i>wau</i>	ū	u dan garis di atas

قِيلَ : *qīla*

يَمُوتُ : *yamūtu*

#### 4. *Tā' marbūṭah*

Transliterasi untuk *tā' marbūṭah* ada dua, yaitu: *tā' marbūṭah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *ḍammah*, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *tā' marbūṭah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *tā' marbūṭah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tā' marbūṭah* itu ditransliterasikan dengan ha (h). Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *rauḍah al-aṭfāl*

الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *al-madīnah al-fāḍilah*

الْحِكْمَةُ : *al-ḥikmah*

#### 5. *Syaddah* (Tasydīd)

*Syaddah* atau *tasydīd* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydīd* ( ّ ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*. Contoh:

رَبَّنَا : *rabbanā*

نَجَّيْنَا : *najjainā*

الْحَقُّ : *al-ḥaqq*

نُعِمُّ : *nu‘ima*

عَدُوٌّ : ‘*aduwwun*

Jika huruf *ع* ber-*tasydid* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah* (ـِ), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi *ī*.  
Contoh:

عَلِيٌّ : ‘Alī (bukan ‘Aliyy atau ‘Aly)

عَرَبِيٌّ : ‘Arabī (bukan ‘Arabiyy atau ‘Araby).

## 6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf *al* (*alif lam ma‘arifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiyah* maupun huruf *qamariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-). Contoh:

الشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

الزَّلْزَلَةُ : *al-zalزالah* (*az-zalزالah*)

الفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*

الْبِلَادُ : *al-bilādu*

## 7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (‘) hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif. Contoh:

تَأْمُرُونَ : *ta‘murūna*

النَّوْعُ : *al-nau‘*

شَيْءٌ : *syai‘un*

أَمْرٌ : *umirtu*



## 8. Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya, kata al-Qur'an (dari *al-Qur'ān*), alhamdulillah, dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

*Fī Zilāl al-Qur'ān*

*Al-Sunnah qabl al-tadwīn*

## 9. *Lafẓ al-Jalālah* (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf *jarr* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *muḍāf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah. Contoh:

بِاللهِ دِينُ اللهِ *dīnullāh billāh*

Adapun *tā' marbūṭah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafẓ al-jalālah*, ditransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُمُ فِي رَحْمَةِ اللهِ *hum fi raḥmatillāh*

## 10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (Al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan

(CK, DK, CDK, dan DR). Contoh:

*Wa mā Muḥammadun illā rasūl*

*Inna awwala baitin wuḍi‘a linnāsi lallaḏī bi Bakkata mubārakan*

*Syahrū Ramaḏān al-laḏī unzila fīh al-Qur‘ān*

Naṣīr al-Dīn al-Ṭūsī

Abū Naṣr al-Farābī

Al-Gazālī

Al-Munqiz min al-Ḍalāl

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abū (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar rujukan atau daftar referensi. Contoh:

Abū al-Walīd Muḥammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-Walīd Muḥammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walīd Muḥammad Ibnu)

Naṣr Ḥāmid Abū Zaīd, ditulis menjadi: Abū Zaīd, Naṣr Ḥāmid (bukan: Zaīd, Naṣr Ḥamīd Abū)

## B. *Daftar Singkatan*

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

swt. = *subḥānahū wa ta‘ālā*

saw. = *ṣallallāhu ‘alaihi wa sallam*

a.s. = *‘alaihi al-salām*

H = Hijrah

M = Masehi

SM = Sebelum Masehi

l. = Lahir tahun (untuk orang yang masih hidup saja)

w. = Wafat tahun

QS .../...: 4 = QS al-Baqarah/2: 4 atau QS Āli ‘Imrān/3: 4

HR = Hadis Riwayat



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. *Latar Belakang*

Wirausaha atau pengusaha sukses ditandai dengan kemampuannya dalam mengikuti perubahan-perubahan yang bersifat global perubahan-perubahan yang terjadi secara tidak langsung akan mempengaruhi profil usaha yang dikelolanya. Perubahan terjadi pada pergeseran pola konsumsi konsumen terhadap produk dan jasa yang ada selama ini menuju keinginan baru yang lebih sesuai dengan selera dan keinginan konsumen, baik secara fisik, bentuk dan kualitas produk dan jasa yang ditawarkan. Perkembangan teknologi dan informasi dalam kehidupan modern sekarang ini telah menyebabkan perubahan terhadap perilaku dan budaya masyarakat. Dalam memahami arti dan cara pemenuhan kebutuhannya masing-masing.

Kebutuhan manusia semakin bertambah mengikuti perkembangan industri dengan teknologi yang menawarkan dan menyediakan berbagai macam produk dan jasa. Industri jasa benar-benar beragam. Sektor pemerintah memiliki bidang jasa seperti pengadilan, rumah sakit, lembaga kredit, angkatan bersenjata, barisan pemadam kebakaran, kantor pos, kantor tenaga kerja, sekolah negeri dan sebagainya.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup>Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Trj. Jaka Wasana, Chrisanti Hasibuan, dan Rizal Hutauruk, Judul Asli: "Marketing Management", Jilid I, (Ed. VI; Jakarta: Erlangga, 1993), h. 95.

Saat ini banyak muncul industri-industri yang menawarkan serta memasarkan sarana komunikasi, salah satunya difasilitasi oleh industri jasa pengiriman. J&T berhasil berdiri ditengah pesaing. Hadir sebagai perusahaan express baru di Indonesia, J&T Express siap melayani Indonesia untuk mendapatkan pelayanan kiriman paket yang cepat, nyaman dan terpercaya.

Meskipun merupakan pemain baru di bidang express, J&T Express optimis dapat menjadi perusahaan express yang menjadi pilihan pertama masyarakat Indonesia dengan mengandalkan inovasi teknologi pada sistem pengiriman, pelayanan yang mengutamakan tanggung jawab sebagai komitmen, serta harga yang terjangkau tentunya dengan kualitas premium.<sup>2</sup>

Berdasarkan observasi awal yang telah diperoleh, penulis melihat bahwa J&T Express Watampone merupakan perusahaan Express yang cukup digemari oleh sebagian besar masyarakat Bone, selain itu di kota Watampone ada juga perusahaan lain yang menawarkan jasa serupa yaitu PT. Pos Watampone dan JNE Bone.

Adanya persaingan yang sangat ketat diantara perusahaan ini mengharuskan J&T Express harus mampu bertahan hidup dan menjaga eksistensinya. Salah satu hal yang perlu diperhatikan ialah terus berinovasi dan memberikan pelayanan terbaik sebagai elemen terpenting dalam mempertahankan minat konsumen.

---

<sup>2</sup> Dikutip dari, “ *www. Jet.co.id* ” Diakses tanggal 20 Agustus 2015.

Dengan demikian, peneliti tertarik dan terdorong untuk melakukan penelitian dengan judul **“Inovasi Layanan PT. Global Jet Express (J&T Express) Watampone Dalam Peningkatan Minat Konsumen.**

### **B. Rumusan Masalah**

Dari latar belakang yang telah dikemukakan tersebut, maka penulis merumuskan permasalahan yang akan dikaji lebih mendalam dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana inovasi layanan PT. Global Jet Express (J&T Express) Watampone dalam peningkatan minat konsumen ?
2. Bagaimana tinjauan ekonomi islam terhadap inovasi layanan PT. Global Jet Express (J&T Express) Watampone dalam peningkatan minat konsumen ?

### **C. Tujuan Penelitian**

Sehubungan dengan judul penelitian serta rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui inovasi layanan PT. Global Jet Express (J&T) Watampone dalam peningkatan minat konsumen.
2. Untuk mengetahui tinjauan ekonomi islam terhadap inovasi layanan PT. Global Jet Express.

### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian adalah penjelasan tentang sumbangsih hasil penelitian.<sup>3</sup> Sebagaimana tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini, penulis sangat berharap agar penulisan ini dapat bermanfaat bagi pembaca. Adapun manfaat dari penelitian ini dapat dikemukakan menjadi dua sisi, yaitu:

---

<sup>3</sup> IAINBone. *Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Bone*, (Ed. Revisi, Cet. I; Watampone: Pusat Penjaminan Mutu(P2m), 2020), h.3.

1. Manfaat Secara Teoritis

Secara teori hasil penelitian ini digunakan sebagai kajian untuk melengkapi teori tentang pelayanan yang telah penulis pelajari selama mengikuti perkuliahan di kampus.

2. Manfaat Secara Praktis

Secara praktis manfaat penelitian ini adalah:

- a. Manfaat bagi penulis

Hasil penelitian ini memberikan kontribusi bagi penulis untuk meningkatkan pengetahuan tentang Inovasi Layanan PT. Global Jet Express (J&T) Watampone Dalam Peningkatan Minat Konsumen.

- b. Manfaat bagi karyawan PT. Global Jet Express Watampone

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai tambahan informasi dan masukan sebagai bahan pertimbangan dalam meningkatkan keterampilan dan pengetahuan karyawan PT. Global Jet Express Watampone. Melalui penelitian ini PT. Global Jet Express Watampone bisa lebih dikenal di masyarakat luas.

- c. Manfaat bagi masyarakat

Melalui penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pembelajaran pada generasi yang akan datang.

#### ***E. Ruang Lingkup Penelitian***

Agar penelitian yang dilakukan lebih terarah dan tidak meluas, maka peneliti akan memberikan batasan masalah. Dimana dalam penelitian ini akan dibahas mengenai Inovasi Layanan PT. Global Jet Express (J&T Express) Dalam



Peningkatan Minat Konsumen. Adapun subjek penelitiannya ialah karyawan PT. Global Jet Express Watampone dan para konsumen yang akan dimintai wawancara saat penelitian. Sedangkan objek penelitiannya ialah inovasi Layanan yang di berikan J&T Express Watampone untuk menjawab tantangan dalam upaya peningkatan minat konsumen.

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### ***A. Kajian Penelitian Terdahulu***

Salah satu syarat yang harus dipenuhi seorang peneliti untuk menunjukkan keaslian suatu penelitian yang dilakukan yaitu menegaskan perbedaannya dengan hasil-hasil penelitian sebelumnya yang sejenis dengan penelitian yang dilakukan. Oleh karena itu, merupakan keharusan bagi peneliti melakukan penelusuran terhadap hasil-hasil penelitian terdahulu yang sejenis dengan penelitian yang dilakukan untuk menunjukkan hasil orisinalitas penelitian dan bukan plagiarisme.

Setelah penulis menelusuri penelitian-penelitian terdahulu, ternyata telah ditemukan beberapa penelitian yang juga membahas tentang Inovasi Layanan yang kemudian dijadikan perbandingan dan referensi lain dari penelitian yang dilakukan oleh penulis. Adapun hasil penelusuran terkait hasil-hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan sub-sub tema tersebut di atas, antara lain:

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

<b>NO</b>	<b>Hasil Penelitian Terdahulu</b>	
<b>1.</b>	<b>Nama</b>	Fitrotun Nizwah
	<b>Institusi</b>	Universitas Negeri Surabaya
	<b>Judul</b>	Inovasi Layanan PLN Mobile di PT. PLN (Persero) Area Surabaya Selatan.

<b>Tahun</b>	2019
<b>Lokasi</b>	Surabaya Selatan.
<b>Kesimpulan</b>	Penelitian ini dilakukan sebuah analisis inovasi layanan yang telah dilaksanakan. Pertama, Keterlibatan pelanggan; faktor keterlibatan pelanggan menjelaskan beberapa upaya yang dilakukan PT.PLN (Persero) Area Surabaya Selatan dalam meyakinkan pelanggan akan inovasi ini melalui berbagai iklan dan promosi yang dilakukan. Kedua, Layanan Mandiri; faktor penciptaan nilai layanan mandiri dalam inovasi menjelaskan mengenai sebuah inovasi berbasis elektronik harus memiliki nilai layanan mandiri dimana hal tersebut dilakukan melalui internet, telpon genggam, terminal komputer, atau mesin tiket yang memungkinkan pelanggan untuk memesan, membeli dan bertransaksi tanpa adanya interaksi langsung dengan pegawai servis. Ketiga, Pengalaman Pelanggan; faktor penciptaan nilai pengalaman pelanggan dalam inovasi dapat menciptakan pengalaman yang tak terlupakan bagi pelanggan atau menciptakan suatu pengalaman baru bagi pelanggan

dalam menerima pelayanan.

<b>Jenis Penelitian</b>	Pendekatan penelitian deskriptif kualitatif
<b>Hasil Penelitian</b>	Hasil dari penelitian ini adalah bentuk kerjasama antara pelanggan dengan PLN. Penciptaan inovasi ini didasarkan pada pertimbangan aspirasi masyarakat untuk mendapatkan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan masyarakat, hal ini dilakukan untuk menjaga keberlanjutan dari inovasi ini, sehingga dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan keinginan pelanggan, PT. PLN (Persero) selalu mempertimbangkan aspirasi dari masyarakat. <sup>4</sup>

---

<b>2. Nama</b>	Kristina Dwi Febriyanti dan Fitrotun Niswah
<b>Institusi</b>	Universitas Negeri Surabaya
<b>Judul</b>	Inovasi Layanan Delivery Tilang Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Di Kejaksaan Negeri Surabaya.
<b>Tahun</b>	2019
<b>Lokasi</b>	Kejaksaan Negeri Surabaya.

---

<sup>4</sup> Fitrotun Nizwah, "Inovasi Layanan PLN Mobile di PT. PLN (Persero) Area Surabaya Selatan" *Journal Publika* 6 (2) 2018.

<b>Kesimpulan</b>	Adanya kendala masyarakat ketika terkena tilang,
<b>Penelitian</b>	mereka tidak sempat ikut sidang dan antri karena jarak yang jauh serta memiliki kesibukan.
<b>Jenis</b>	Penelitian deskriptif kualitatif.
<b>Penelitian</b>	
<b>Hasil</b>	Hasil dari penelitian ini adalah, kejaksaan
<b>Penelitian</b>	menggunakan inovasi layanan petugas <i>ojek delivery</i> untuk mempermudah masyarakat yang dikenai tilang sehingga tidak rugi waktu. Masih bisa bekerja dan menjalankan aktivitas tanpa perlu antri dan mengikuti sidang, masyarakat juga tidak perlu jauh-jauh mendatangi kejaksaan untuk mengambil surat tilang, dan dipastikan bebas dari calo dengan petugas. <sup>5</sup>

---

<b>3. Nama</b>	Ari Ramdani
<b>Institusi</b>	STIA YPPT Priatim Tasikmalaya
<b>Judul</b>	Analisis Deskriptif Terhadap Inovasi Layanan Aplikasi Sambara.
<b>Tahun</b>	2020
<b>Lokasi</b>	Jawa Barat, Tasikmalaya

---

<sup>5</sup> Kristina Dwi Febriyanti , “*Inovasi Layana Delivery Tilang Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Di Kejaksaan Negeri Surabaya* ” Journal Publika 5 (2), 2017

<b>Kesimpulan</b>	Pelayanan publik merupakan upaya pemerintah dalam meningkatkan kesejahteraan rakyat. Semakin bagus pelayanan kepada masyarakat maka semakin meningkat kesejahteraan masyarakat pula. Namun kenyataannya belumlah seperti itu. Kendala dalam implementasi pelayanan publik mulai dari biokrasi dan kendala prosedur yang diberikan dianggap terlalu rumit dalam pemberian layanan publik di Jawa Barat.
<b>Penelitian</b>	
<b>Jenis</b>	Penelitian kualitatif dengan analisis deskriptif.
<b>Penelitian</b>	
<b>Hasil</b>	Hasil dari penelitian ini adalah jika dilihat
<b>Penelitian</b>	kebermanfaatan berdasarkan persepsi masyarakat tentunya inovasi layanan aplikasi SAMBARA ini sangat membantu masyarakat untuk membayar pajak kendaraan bermotor kapan saja dan dimana saja. <sup>6</sup>
<b>4 Nama</b>	Maulana Arief Prawira, Irwan Noor, Farida Nurani
<b>Institusi</b>	Universitas Brawijaya, Malang
<b>Judul</b>	Inovasi Layanan (Studi Kasus Call Center SPGDT 119 Sebagai Layanan Gawat Darurat Pada Dinas

---

<sup>6</sup> Maulana Arief Prawira, Irwan Noor, Farida Nurani, “*Inovasi Layanan (Studi Kasus Call Center SPGDT 119 Sebagai Layanan Gawat Darurat Pada Dinas Kesehatan Provinsi DKI Jakarta)*” *Journal Administrasi Publik (JAP)*, Vol. 2, No.4, Hal 715-721.

	Kesehatan Provinsi DKI Jakarta)
<b>Tahun</b>	2014
<b>Lokasi</b>	Malang
<b>Kesimpulan Penelitian</b>	Dalam meningkatkan kualitas pelayanan dibidang kesehatan, Pemerintah Provinsi DKI Jakarta meluncurkan inovasi untuk diuji ke konsumen atau masyarakat.
<b>Jenis Penelitian</b>	Deskriptif dengan pendekatan kualitatif
<b>Hasil Penelitian</b>	Hasil dari penelitian ini adalah Layanan Call Center SPGDT 119 adalah pada praktek pemberian pelayanan kegawatdaruratan kepada masyarakat dalam bidang jasa cukup memudahkan konsumen. Pelayanan ini memberikan tiga layanan sekaligus dalam satu akses, yaitu 1) layanan informasi kesehatan; 2) layanan dukungan ambulans; 3) layanan rujukan rumah sakit, semua bisa di akses dengan menelpon ke nomor telpon 119. <sup>7</sup>

---

5	<b>Nama</b>	Ismie Mayangsari
	<b>Institusi</b>	Universitas Brawijaya Malang

---

<sup>7</sup> Ari Ramdani, “Analisis Deskriptif Terhadap Inovasi Layanan Aplikasi Sambara” Journal Academia Praja Volume 3 Nomor 1-Februari 2020.

<b>Judul</b>	Inovasi Pt. Pos Indonesia Dalam Menjaga Eksistensi Dan Daya Saing Pelayanan Publik Cab Sidoarjo.
<b>Tahun</b>	2013
<b>Lokasi</b>	Cab Sidoarjo
<b>Kesimpulan Penelitian</b>	Dalam dunia modern, inovasi merupakan tantangan besar bagi setiap organisasi penyedia layanan publik. Majunya teknologi dan banyaknya pesaing mengancam eksistensi PT Pos Indonesia Cab Sidoarjo.
<b>Jenis Penelitian</b>	Penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif
<b>Hasil penelitian</b>	Hasil penelitian ini yaitu, bentuk-bentuk inovasi PT. Pos Indonesia Sidoarjo untuk menghadapi tantangan organisasional adalah inovasi produk dan proses, PT. Pos Indonesia telah berhasil dalam melakukan inovasi karena inovasi layanan yang ada, seperti layanan <i>pos express</i> , <i>pos payment</i> , wesel pos prima dan instan, perangko prisma, dan lain sebagainya, memiliki sifat baru yang lebih efektif dan efisien dengan memanfaatkan teknologi jaringan <i>online</i> sehingga dapat diterima oleh masyarakat pengguna layanan,



akan tetapi, inovasi-inovasi yang ada masih belum menjawab semua tantangan organisasional yang dihadapi PT. Pos Indonesia Sidoarjo karena inovasi produk dan proses belum mampu mengatasi masalah organisasional yang dihadapi terkait dengan kualitas dan kuantitas SDM, Di lingkungan internal PT. Pos Indonesia Sidoarjo faktor yang mendorong pengembangan inovasi adalah terkait dengan SDM serta visi dan misi, faktor penghambat yang ada di lingkungan eksternal adalah sarana dan prasarana serta biaya operasional.<sup>8</sup>

Berdasarkan penelitian terdahulu, secara kesimpulan dapat ditemukan perbedaan mendasar pada penelitian ini. Walaupun titik fokus penelitian hampir sama namun penelitian yang akan dilakukan berbeda objek maupun subjek dan akan ditinjau dari perspektif ekonomi Islam. Mengenai inovasi layanan dalam peningkatan minat konsumen akan dilihat apakah sesuai dengan tuntunan syariah. Selain daripada itu perbedaan mendasar lainnya adalah lokasi dan cakupan fokus penelitiannya yang berbeda antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang telah dilakukan oleh penulis. Sementara penelitian ini pembahasannya dan fokus kajiannya tentang Inovasi layanan yang kemudian menganalisis strategi dan inovasi yang J&T Express berikan

---

<sup>8</sup> Ismie Mayangsari, "Inovasi Pt. Pos Indonesia Dalam Menjaga Eksistensi Dan Daya Saing Pelayanan Publik Cab Sidoarjo", *Journal Administrasi Publik (JAP)*, Vol 1 No.2, hal. 248-256

untuk mengatasi persaingan dalam meningkatkan minat konsumen kemudian akan dikaji lebih lanjut sesuai perspektif ekonomi syariah. Kesimpulan yang lain juga didapatkan adalah kesamaan fokus kajian penelitian ini dengan penelitian-penelitian terdahulu yaitu sama-sama membahas tentang inovasi layanan.

## **B. Kajian Teori**

### **1. Inovasi Layanan**

#### **a. Pengertian Inovasi**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, inovasi adalah pemasukan hal-hal yang baru, dengan kata lain pembaruan.<sup>9</sup> Inovasi juga merupakan bagian dari mental seorang pebisnis yakni inovatif. Seorang pebisnis memiliki tuntutan untuk mampu menjadi sosok yang inovatif dalam melahirkan ide-ide dan strategi untuk mengembangkan usaha bisnis yang dimiliki. Mental inovatif tersebut pada akhirnya akan dimunculkan pada karya-karya inovasi sebagai hasil dari produk bisnis atau layanan jasa untuk konsumen. Adapun dalil yang berkaitan dengan inovasi ini terdapat dalam QS. al-Ra'd (13): 11:

لَهُ مَعْقَبَاتٌ مِّنْ بَيْنِ يَدَيْهِ وَمِنْ خَلْفِهِ ۖ تَحْفَظُونَهُ ۚ مِنْ أَمْرِ اللَّهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ ۗ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُ ۗ وَمَا لَهُمْ مِنْ

دُونِهِ ۗ مِنْ وَّالٍ ﴿١١﴾

---

<sup>9</sup> Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Pusat Bahasa, 2008), hal. 590.

Terjemahannya:

“Bagi manusia ada malaikat-malaikat yang selalu mengikutinya bergiliran, di muka dan di belakangnya, mereka menjaganya atas perintah Allah. Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri. Dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap sesuatu kaum, maka tak ada yang dapat menolaknya; dan sekali-kali tak ada pelindung bagi mereka selain Dia. (QS. al-Ra’d: 11).<sup>10</sup>

Adapun inovasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah upaya-upaya, pembaruan layanan yang ada pada J&T Express Watampone dalam peningkatan minat konsumen.

#### **b. Tujuan Inovasi**

- 1) Meningkatkan kualitas: meningkatkan kualitas dan juga nilai sesuatu hal yang sudah ada, baik itu produk atau layanan. Dengan adanya inovasi terbaru, diharapkan produk-produk tersebut memiliki keunggulan dan manfaat yang lebih bernilai dari sebelumnya.
- 2) Mengurangi Biaya; inovasi juga bertujuan untuk membantu mengurangi biaya, khususnya biaya tenaga kerja. Sebagai contoh, sekarang ini banyak diciptakan mesin atau peralatan yang dapat menggantikan tenaga manusia dalam proses produksi.

---

<sup>10</sup> Shihab Quroish, *AL-Qur'an & Maknanya*, QS. al-Ra’d: 11

- 3) Menciptakan Pasar Baru; dengan adanya produk yang lebih bernilai tinggi sebagai hasil dari inovasi, maka hal ini akan menciptakan pasar baru di masyarakat.
- 4) Memperluas Jangkauan Produk; salah satu contohnya dapat kita lihat dari pebisnis *e-commerce* seperti saat ini. Para pengusaha memperluas jangkauan mereka dengan memanfaatkan internet yang dapat diakses lebih banyak calon konsumen potensial.
- 5) Mengganti Produk/Layanan; inovasi juga bertujuan untuk mengganti produk atau layanan yang dianggap kurang efektif/efisien. Salah satunya dapat kita lihat inovasi yang terjadi pada mesin sepeda motor yang sekarang lebih hemat bisnis.
- 6) Mengurangi konsumsi energi; manusia selalu ingin menghemat penggunaan energi, itulah sebabnya ada banyak sekali inovasi yang dilakukan manusia. Salah satunya adalah adanya sumber energi terbaru yang memanfaatkan alam, misalnya tenaga surya, angin, dan air sebagai sumber energi listrik.<sup>11</sup>

### **c. Layanan**

Dalam dunia marketing, istilah layanan sangatlah umum dan diharuskan. Layanan perusahaan ke pelanggan sangat memegang peranan penting dalam sukses tidaknya sebuah penjualan. Tujuan dari layanan adalah membuat pelanggan merasa puas dengan produk anda. Perasaan puas bisa diwujudkan dengan membeli kembali

---

<sup>11</sup> Ida Widaningsih, *Strategi Dan Inovasi Pembelajaran Bahasa Indonesia Di Era Revolusi Industri 4.0 Penelitian*, (Cet. I; Sidoarjo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2019), h. 126-127.

produk perusahaan. Perasaan puas bisa diwujudkan dengan memberikan acungan jempol pelanggan kepada anda. Umumnya bentuk layanan yang baik ialah pemberian diskon, penurunan harga, pemberian hadiah saja. Ketiga hal inilah yang paling sering digemborkan oleh salesman dalam hal pelayanan. Apakah artinya pemberian diskon besar-besaran tapi pengirimannya selalu dibilang barang kosong, pengiriman yang telat, dan tidak tersedianya service center yang memadai. Apakah artinya pelayanan jika inovasinya ketinggalan zaman.<sup>12</sup> Adapun dalam penelitian ini layanan yang dimaksud ialah service yang diberikan oleh J&T Express Watampone sebagai perusahaan penyedia layanan pengiriman barang dalam peningkatan minat konsumen.

## 2. Minat Konsumen

Menurut hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Joseph, *et al.* (2012), Awi & Chaipoopirutana (2014), dan Pupuani & Sulistyawati (2013), faktor penentu yang mempengaruhi minat pembelian ulang ada tujuh faktor, yaitu lingkungan fisik, kepuasan pelanggan, kualitas layanan, preferensi merek, kualitas produk, nilai yang dirasakan (*perceived value*), dan harga.<sup>13</sup> Dari ketiga hasil penelitian terdahulu maka peneliti hanya mengadopsi enam faktor yang diusulkan oleh peneliti-peneliti sebelumnya, yaitu kepuasan pelanggan, kualitas

---

<sup>12</sup> Hengki Irawan Setia Budi, *Jadi Salesman Tidak Bisa Kaya Masa?*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2010), h 186.

<sup>13</sup> Laurensia Hanjani Putri, “*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pembelian Ulang Konsumen Terhadap Produk Naget Delicy*” Journal.

layanan, preferensi merek, kualitas produk, nilai yang dirasakan (*perceived value*), dan harga.<sup>14</sup> Masing-masing faktor akan dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Kepuasan Pelanggan. Pelanggan yang merasa puas dapat membantu terwujudnya konsumen yang *loyal* (Chairy & Yantini, 2011). Dampak dari loyalitas tersebut berupa kecenderungan untuk melakukan pembelian ulang, memberikan rekomendasi kepada orang lain, dan menunjukkan minat untuk bisa terlibat di masa yang akan datang (Lawton, *et al.* dalam Albari 2012).
- 2) Kualitas layanan. Kualitas layanan menurut Ahmadi (2013) adalah hasil dari apa yang diterima secara nyata oleh pelanggan dan bagaimana cara layanan tersebut disampaikan kepadanya. Pada dasarnya, kualitas layanan yang baik akan berdampak pada kepuasan konsumen dan menghasilkan pembelian ulang yang lebih sering (Mardikawati & Farida, 2013)
- 3) Preferensi merek. Halim, Dharmayati, & Brahmana (2014) mendefinisikan preferensi merek sebagai kecenderungan konsumen untuk membeli produk dari suatu merek tertentu karena menyukai merek tersebut dibandingkan merek yang lain. Perusahaan yang bisa mengembangkan preferensi merek yang baik akan mampu bertahan dari serangan para pesaing.
- 4) Kualitas produk. Ryu, *et al.* dalam Awi & Chaipoopirutana (2014) mengungkapkan bahwa kualitas produk adalah karakteristik produk yang dapat diterima konsumen, sehingga sangat logis untuk mengatakan bahwa

---

<sup>14</sup> Laurensia Hanjani Putri, “*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pembelian Ulang Konsumen Terhadap Produk Naget Delicy*” Journal.

ada hubungan antara kualitas produk dan nilai yang dirasakan oleh konsumen.

- 5) *Perceived value*. Menurut Zeithaml dalam Awi & Chaipoopirutana (2014) nilai yang dirasakan pelanggan dianggap sebagai hasil yang dibandingkan sendiri oleh pelanggan tersebut antara manfaat yang dirasakan dan pengorbanan yang dilakukan dengan biaya yang dikeluarkan. Parasuraman dalam Awi & Chaipoopirutana (2014) menjelaskan bahwa hanya konsumen yang dapat menilai apakah suatu barang atau jasa memberikan nilai yang dapat dirasakan oleh konsumen tersebut.
- 6) Harga. Suwarni dan Mayasari dalam Pupuani & Sulistyawati (2013) menyatakan bahwa terjangkau harga dan kualitas produk yang baik dapat memunculkan kepuasan konsumen yang telah mengkonsumsinya dan akan menarik konsumen baru untuk datang sehingga konsumen baru tersebut diharapkan dapat menjadi konsumen yang loyal pada akhirnya.<sup>15</sup>

### **3. Segi Cara Bersaing**

Berbisnis adalah bagian muamalah. Karenanya, bisnis juga tidak terlepas dari hukum-hukum yang mengatur masalah muamalah. Karenanya, persaingan bebas yang menghalalkan segala cara merupakan praktik yang harus dihilangkan karena bertentangan dengan prinsip-prinsip muamalah islami.

---

<sup>15</sup> Laurensia Hanjani Putri, “ *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pembelian Ulang Konsumen Terhadap Produk Naget Delicy*” Journal.

Dalam berbisnis, setiap orang akan berhubungan dengan pihak-pihak lain seperti rekan bisnis dan pesaing bisnis. Sebagai hubungan interpersonal, seorang pebisnis muslim tetap harus berupaya memberikan pelayanan terbaik kepada mitra bisnisnya. Hanya saja, tidak mungkin bagi pebisnis muslim bahwa pelayanan terbaik itu diartikan juga memberikan “servis” dengan hal yang dilarang oleh syariah. Rasulullah SAW, memberikan contoh bagaimana bersaing dengan baik. Ketika berdagang, Rasul tidak pernah melakukan usaha untuk menghancurkan pesaing dagangnya. Walaupun ini tidak berarti Rasulullah berdagang seadanya tanpa memperhatikan daya saingnya.<sup>16</sup>

#### **4. Produk (Barang dan Jasa) yang dipersaingkan**

Beberapa keunggulan produk yang dapat digunakan untuk meningkatkan daya saing adalah sebagai berikut.

1. Produk. Produk usaha bisnis yang dipersaingkan baik barang maupun jasa harus halal. Spesifikasinya harus sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen untuk menghindari penipuan.
2. Harga. Bila ingin memenangkan persaingan, harga produk harus kompetitif. Dalam hal ini, tidak diperkenankan membanting harga dengan tujuan menjatuhkan pesaing.
3. Tempat. Tempat usaha harus baik, sehat, bersih, dan nyaman. Harus juga dihindarkan melengkapi tempat usaha itu dengan hal-hal yang diharamkan

---

<sup>16</sup> Muhammad Ismail Yusanto, *Menggagas Bisnis Islam* (Cet. 1. Jakarta: Gema Insani Press, 2002), h.93-96



(misalnya gambar porno, minuman keras, dan sebagainya) untuk sekadar menarik.

4. Pelayanan harus diberikan dengan ramah, tapi tidak boleh dengan cara yang mendekati maksiat. Misalnya, dengan menempatkan perempuan cantik berpakaian seksi.
5. Layanan purna jual merupakan servis yang akan melanggengkan pelanggan. Akan tetapi, ini diberikan dengan Cuma-Cuma atau sesuai dengan akad.<sup>17</sup>

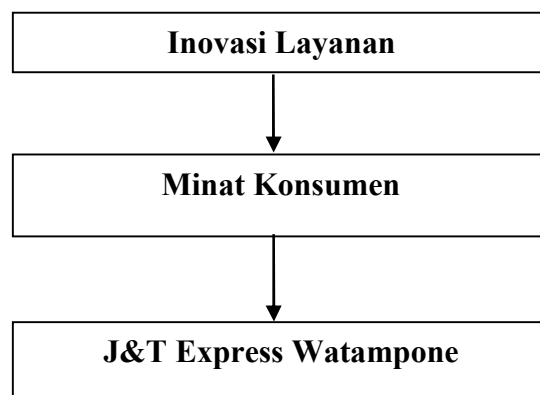
### C. *Kerangka Pikir*

Pada dasarnya kerangka berpikir merupakan pengembangan dari kajian teori.

Adapun kerangka pikir yang disusun sebagai berikut:

**Gambar 2.1**

#### **Kerangka Pikir**



Skema di atas mendeskripsikan tentang Inovasi Layanan PT. Global Jet Express (J&T Express) Dalam Peningkatan Minat Konsumen (Studi Kasus Pada

---

<sup>17</sup> Muhammad Ismail Yusanto, *Menggagas Bisnis Islam* (Cet. 1. Jakarta: Gema Insani Press, 2002), h.96-97

PT Global Jet Express Watampone). Dalam penelitian ini akan dianalisis lebih dalam untuk mengetahui apakah inovasi layanan yang diberikan dapat meningkatkan minat konsumen dan telah mampu menjawab berbagai tantangan di era persaingan global. Selain itu peneliti juga akan coba menganalisis apakah inovasi yang diberikan sesuai dengan perspektif ekonomi syariah.

### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

##### ***A. Jenis dan Pendekatan Penelitian***

Jenis penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah penelitian Lapangan kualitatif (*Field research*). yaitu suatu jenis penelitian yang digunakan untuk mendapatkan data dilapangan, Dalam penelitian ini, peneliti turun langsung kelapangan atau lokasi penelitian yaitu pada PT Global Jet Express (J&T Express) Watampone.

Adapun pendekatan penelitian yang dipergunakan ialah pendekatan Sosiologis yaitu pendekatan dengan melihat lingkungan sosial ddalam hal ini lokasi penelitian. Melalui pendekatan ini diharapkan penelitian dapat menghasikan data yang relevan terhadap penelitian yang akan dilakukan pada PT Jet Express (J&T Express) Watampone.

##### ***B. Lokasi dan Waktu Penelitian***

Adapun lokasi dalam penelitian ini adalah PT.Global Jet Express (J&T Express Watampone) yang terletak di Jl. Biru, Kelurahan Masumpu, Tanete Riattang, Kabupaten Bone, Provinsi Sulawesi Selatan. Adapun alasan subjektif peneliti memilih lokasi penelitian ini ialah karena dekat dari rumah, informasi mudah didapatkan serta karyawan yang sangat ramah. Sedangkan alasan objektifnya ialah peneliti tertarik dengan J&T Express Watampone karena peneliti melihat J&T

Express bukan satu satunya perusahaan pengiriman barang di kab. Bone namun dapat eksis dan banyak diminati oleh orang

Penelitian ini diperkirakan akan menghabiskan waktu kurang lebih 4 bulan dimulai dari persiapan, pelaksanaan, analisis data, dan ujian tutup.

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

Sumber data yang menjadi rujukan dalam penelitian ini terdiri dari sumber data primer dan sekunder, yaitu:

- a. Data primer, Dalam hal ini data primernya diperoleh dari Hasil wawancara PT. Jet Express (J&T Express) Watampone.
- b. Data sekunder, Dalam hal ini yaitu berupa arsip dokumen yang dapat mendukung dan menguatkan data peneliti.

### ***D. Subjek dan Objek penelitian***

Dalam hal ini subjek penelitian yang dimaksud ialah karyawan PT. Global Jet Express Watampone dan para konsumen yang akan dimintai wawancara saat penelitian.

Menurut Supranto, objek penelitian adalah himpunan elemen yang dapat berupa orang, organisasi atau barang yang akan diteliti.<sup>18</sup> Objek penelitian ini adalah Inovasi Layanan PT. Global Jet Express (J&T Express) Dalam Peningkatan Minat Konsumen (Studi Kasus Pada PT. Global Jet Express Watampone).

---

<sup>18</sup> Muh Fitra, Luthfiyah, *Metodologi Penelitian: Penelitian Kualitatif, Tindakan kelas & Studi Kasus*, (Cet.I: Jawa Barat, 2017), h. 156

### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Untuk dapat memperoleh data yang relevan dan teruji kebenarannya, maka peneliti menggunakan instrument sebagai berikut:

#### 1. Observasi

Dalam buku imam Gunawan, Poerwandari berpendapat bahwa observasi merupakan metode yang paling dasar dan paling tua, karena dengan cara-cara tertentu kita selalu terlibat dalam proses penelitian.<sup>19</sup> Observasi atau pengamatan adalah alat pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat secara sistematis gejala-gejala yang diselidiki.<sup>20</sup> Adapun tahapan pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu dengan melakukan penelitian, pengamatan, dan pencatatan secara langsung terhadap kondisi dan fenomena yang diteliti guna memperoleh data dan mengetahui lebih jauh tentang Inovasi Layanan PT. Global Jet Express (J&T Express) Watampone Dalam Peningkatan Minat Konsumen.

#### 2. Wawancara (Interview)

Wawancara adalah suatu percakapan yang diarahkan pada suatu masalah tertentu, ini merupakan proses tanya jawab lisan, dimana dua orang atau lebih berhadapan-hadapan secara fisik.<sup>21</sup> Dalam proses wawancara ini, peneliti melakukan Tanya jawab langsung dengan Admin, karyawan, dan konsumen J&T Express

---

<sup>19</sup>Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*, h. 143.

<sup>20</sup>Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metodologi penelitian: Memberikan bekal teoritis pada mahasiswa tentang metodologi penelitian serta diharapkan dapat melaksanakan penelitian dengan langkah-langkah yang benar*, (Cet. XV: Jakarta: Bumi Aksara, 2016), h. 70.

<sup>21</sup>Imam Gunawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Teori dan praktik*, h. 160.

Watampone. Adapun pedoman wawancara sebagai berikut:

**Tabel 3.1**

**Pedoman Wawancara**

<b>Subjek</b>	<b>Dimensi</b>	<b>Indikator Wawancara</b>
Admin	<i>Opinion</i> (Pendapat)	Seberapa penting Inovasi layanan menurut anda ?
		Inovasi Layanan seperti apa yang telah perusahaan anda berikan ?
		Apakah layanan anda telah dikenal luas oleh masyarakat Bone ?
		Apakah layanan yang anda berikan mampu bersaing dengan perusahaan lain di Bone seperti Pos dan JNE yang juga menawarkan jasa pengiriman barang?
		Resiko-resiko apa saja yang sering timbul dalam pelayanan anda, serta solusi apa yang anda berikan untuk mengatasinya ?
Karyawan ( <i>Courier</i> )	<i>Activities</i> (Kegiatan)	Bagaimana cara anda melayani konsumen agar merasa puas ?
		Sebagai karyawan atau <i>courier</i> J&T Express Watampone, hambatan dan kendala apa saja yang anda rasakan dalam melayani konsumen ?
konsumen	<i>Interest</i> (Minat dan Kepentingan)	Apa alasan anda lebih memilih jasa layanan J&T Watampone ?
		Masalah apa sajakah yang sering anda temui ketika menggunakan layanan ini ?
		Apakah anda merasa puas dengan pelayanan J&T Express Watampone ?

### 3. Dokumentasi

Tekhnik ini digunakan untuk mengumpulkan data berupa data tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan serta pemikiran tentang fenomena yang

masih aktual dan sesuai dengan masalah penelitian.<sup>22</sup> Pada penelitian ini, peneliti menggunakan alat kertas, pulepen, dan *handphone* sebagai kamera dan perekam untuk mendapatkan data yang aktual pada hasil wawancara di J&T Express Watampone.

#### **F. Teknik Analisis Data**

Burhan Bungin menjelaskan bahwa penelitian sosial menggunakan format deskriptif bertujuan untuk menggambarkan, meringkaskan berbagai kondisi, berbagai situasi atau berbagai fenomena yang timbul dimasyarakat yang menjadi objek penelitian, dan berupaya menarik realitas itu kepermukaan sebagai suatu ciri atau gambaran tentang kondisi, situasi atau fenomena tertentu.<sup>23</sup>

Penelitian ini menggunakan teknik analisis *Descriptive Analysis*, yaitu data yang diperoleh dari suatu penelitian yang dilakukan di J&T Express Watampone, adapun langkah-langkah yang dilakukan, adalah:

1. Mengumpulkan data informasi di J&T Express Watampone baik melalui wawancara, observasi langsung dan dokumentasi
2. Mengidentifikasi masalah yang ada kemudian akan di analisis lebih mendalam sesuai rumusan masalah
3. Penarikan kesimpulan.

---

<sup>22</sup>Muhamad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif* h. 152.

<sup>23</sup>Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial & Ekonomi: Format-format Kuantitatif dan Kualitatif untuk Studi Sosiologi, Kebijakan Publik, Komunikasi, Manajemen, dan Penawaran*(Cet. I; Jakarta: Kencana, 2013), h. 48

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. *Gambaran Umum Lokasi Penelitian***

Melaksanakan penelitian, mengetahui kondisi lingkungan yang akan diteliti merupakan hal yang sangat penting yang harus diketahui. Adapun lokasi penelitian yang diambil ialah J&T Express Watampone. Sehubungan dengan penelitian ini, maka yang perlu diketahui adalah kondisi geografis dan profil perusahaan J&T Express Watampone.

#### **1. Kondisi Geografis**

##### **a. Letak Kelurahan**

Lokasi yang digunakan dalam penelitian adalah J&T Express Watampone yang terletak di JL. Jend. Sudirman, kelurahan Maasumpu, Tanete Riattang Barat, Kab. Bone, Sulawesi Selatan.

##### **b. Batas Kelurahan**

Kelurahan masumpu berbatasan dengan desa/kelurahan lainnya. Adapun batas kelurahan Masumpu.<sup>24</sup>

---

<sup>24</sup> Kantor Kelurahan Masumpu, tahun 2020



Tabel 4.1

**Batas Kelurahan**

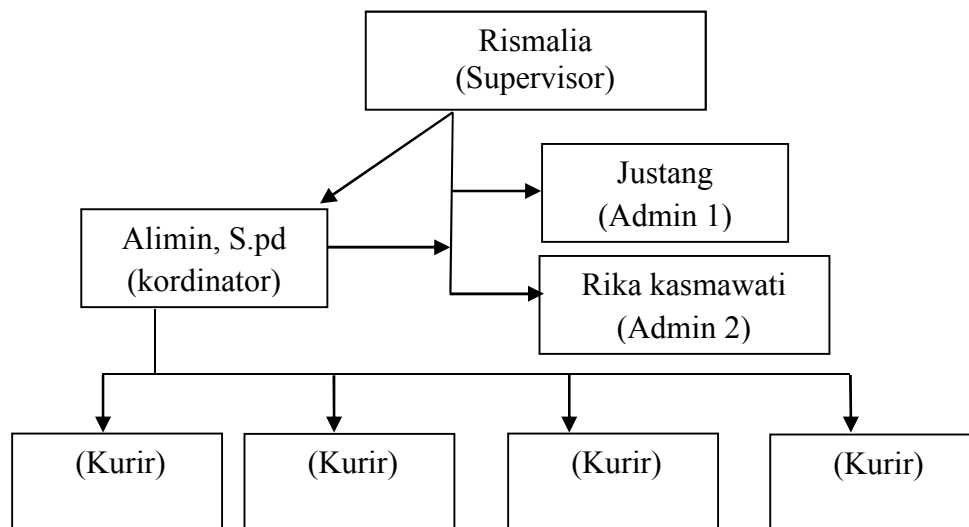
Batas	Desa/Kelurahan
Sebelah Utara	Bukaka
Sebelah Timur	Biru
Sebelah Selatan	Pappolo
Sebelah Barat	Manurung'e

Sumber: Kantor Kelurahan Masumpu, tahun 2020

**2. Profil Perusahaan**

Perusahaan J&T Express Watampone pertama kali didirikan pada tahun 14 Maret 2016. Hadir sebagai perusahaan jasa pengiriman barang kedua di Bone setelah POS Watampone.<sup>25</sup>

Gambar 4.1

**Struktur Organisasi**

Sumber: admin J&T Express Watampone

<sup>25</sup> Admin J&T Express Watampone.

## **B. Karakteristik Informan**

Berikut ini adalah tabel yang memuat data informan yang meliputi nama, usia, dan posisi/jabatan: berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka interpretasi model secara rinci atau spesifik mengenai hasil pengujian dapat dijelaskan sebagai berikut:

**Tabel 4.2**

### **Daftar informan yaitu karyawan J&T Express Watampone**

<b>Nama</b>	<b>Umur</b>	<b>Pendidikan</b>	<b>Posisi/Jabatan</b>
Rika Kusmawati	26	SMA	Admin
Justang	30	SMA	Admin
Fatur	25	SMA	Kurir
Ridwan. S.pd	25	S1	Kurir
Saifullah. S.Sos	43	S1	konsumen
Rehan	18	SMA	konsumen
Dirga Prabowo	22	Mahasiswa	konsumen

*Sumber:informan yang bersangkutan*

#### **4. Umur**

Umur rata-rata informan adalah antara 22 tahun sampai dengan 43 tahun

#### **5. Pendidikan**

Tabel sebelumnya penulis melihat bahwa semua informan mengayom pendidikan, beberapa informan telah lulus SMA, berstatus Mahasiswa dan ada yang telah memperoleh gelar sarjana.

## **6. Status**

Tabel sebelumnya penulis bisa melihat bahwa informan sebagian berasal dari karyawan J&T Expres Watmpone dan sebagiannya lagi merupakan konsumen yang telah di mintai wawancara di lokasi penelitian.

### ***C. Hasil Penelitian***

Inovasi merupakan bagian dari mental seorang pebisnis yakni inovatif. Seorang pebisnis memiliki tuntutan untuk mampu menjadi sosok yang inovatif dalam melahirkan ide-ide dan strategi untuk mengembangkan usaha bisnis yang dimiliki. Mental inovatif tersebut pada akhirnya akan dimunculkan pada karya-karya inovasi sebagai hasil dari produk bisnis atau layanan jasa untuk konsumen. Adapun inovasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah upaya-upaya, pembaruan layanan yang ada pada J&T Express Watampone dalam peningkatan minat konsumen.

Sebuah pembaruan ataupun inovasi sangat penting bagi perusahaan J&T Express Watampone dikarenakan ada banyak saingan untuk mempertahankan konsumen, J&T Express akan selalu menawarkan pembaruan yang disukai konsumen sehingga konsumen dengan sendirinya akan betah dan memiliki alasan untuk kembali menggunakan jasa layanan J&T Express Watampone.

Seorang pebisnis memiliki tuntutan untuk mampu menjadi sosok yang inovatif dalam melahirkan ide-ide dan strategi untuk mengembangkan usaha bisnis yang dimiliki. Mental inovatif tersebut pada akhirnya akan dimunculkan pada karya-karya

inovasi sebagai hasil dari produk bisnis atau layanan jasa untuk konsumen J&T Express Watampone.

Untuk menjawab berbagai tantangan tersebut J&T Express Watampone menawarkan kemudahan kepada customer melalui inovasi layanan yang ada seperti melayani COD (*cash on delivery*), jam tutup yang lebih lama, service yang baik dan cepat dari karyawan baik di kantor maupun ketika mengantar paket ke konsumen. Dalam hal ini layanan J&T Express sudah dikenal luas oleh masyarakat karena pelayanan yang diberikan banyak diminati customer. Selain dari itu hanya J&T yang memiliki cabang terbanyak di Bone yaitu memiliki 5 cabang di Kab. Bone diantaranya berada di kecamatan mare, lapri, uloe, kahu, dan watampone. Sehingga layanan mereka dapat dinikmati tidak hanya pada daerah perkotaan saja. Hal itu yang membuat peminatnya terus meningkat tiap bulannya dan dikenal lebih luas.

Daya saing sebuah perusahaan merupakan poin terpenting yang tidak boleh di sepelekan perusahaan, umumnya perusahaan yang tak mampu berkompeten dengan perusahaan lain pasti akan mati. Pelanggan akan selalu mengingat jika pelayanan yang diberikan perusahaan sangat baik atau sangat buruk. Konsumen tidak hanya melihat jasa atau produk yang ditawarkan namun akan memperhatikan bagaimana sebuah perusahaan melayani dirinya dan akan membekas di ingatan konsumen. Dengan kata lain akan sangat memungkinkan perusahaan J&T Express Watampone akan kehilangan pelanggan apabila tidak pandai melayani konsumen dan sebaliknya

pelanggan yang merasa puas dengan pelayanan J&T Express Watampone kemungkinan akan merekomendasikan layanan perusahaan ini ke orang lain.

#### ***D. Pembahasan***

##### ***1. Inovasi Layanan J&T Express dalam peningkatan Minat Konsumen***

###### **a. Pentingnya Inovasi layanan**

Berdasarkan observasi dan wawancara penulis dilapangan, penulis menemukan bahwa terdapat beberapa hal yang menjadi keharusan J&T Express Watampone melakukan sebuah inovasi layanan. Sebagaimana yang disampaikan oleh Rika Kusmawati selaku admin 2 di J&T Express Watampone, sebagai berikut:

“sebuah pembaruan ataupun inovasi sangat penting bagi perusahaan kami dikarenakan ada banyak saingan untuk mempertahankan konsumen kami akan selalu menawarkan pembaruan yang disukai konsumen sehingga konsumen dengan sendirinya akan betah dan memiliki alasan untuk kembali menggunakan jasa layanan pada perusahaan kami.”<sup>26</sup>

Hasil wawancara diatas dapat diketahui bahwa J&T sadar akan ancaman-ancaman yang akan timbul dikemudian hari agar konsumen mereka tidak kabur mereka terus berupaya melakukan pembaruan dari segi layanan agar konsumen mereka merasa puas.

Sebagaimana yang dilanjutkan oleh Justang selaku admin 1 di J&T Express Watampone, sebagai berikut:

“Kalo menurut saya inovasi layanan itu hampir sama dengan handphone. Dulu orang sangat menyukai hp senter jadul, namun sekarang semua telah berubah seiring berkembangnya zaman kebutuhan konsumen jauh lebih berubah. Sekarang semua orang menggunakan hp android dan sudah menjadi kebutuhan.

---

<sup>26</sup> Rika Kusmawati (admin 2 di J&T Express Watampone), wawancara 3 November 2020.

Jika perusahaan masih fokus memproduksi hp jadul otomatis usahanya akan mati. Sama halnya dengan inovasi layanan J&T Expres kami sadar akan hal itu, untuk dapat mempertahankan konsumen mereka kita harus terus melakukan pembaruan yang mengikuti trend dan kebutuhan masyarakat sekarang.”<sup>27</sup>

Dari wawancara diatas dapat diketahui pentingnya sebuah inovasi agar usaha kita tidak diam pada satu titik terus. Melakukan pembaruan layanan diharapkan agar perusahaan dapat jauh lebih berkembang dan dikenal oleh banyak masyarakat.

#### b. Inovasi Layanan yang diberikan

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan, dapat dilihat dari hasil wawancara Justang selaku admin 1 J&T Express Watampone, sebagai berikut:

“adapun inovasi layanan J&T ialah melayani cod (*cash on delivery*) ongkir bisa dibayar ditempat, kami menawarkan kemudahan kepada costumer atau konsumen yaitu apabila mereka ingin mengirim barang barang bisa dijemput di tempat tanpa tambahan biaya apapun, kemudian konsumen bisa mengecek status paketnya melalui internet maupun aplikasi yang telah disediakan di playstore dengan menggunakan resi yang telah diberikan.”<sup>28</sup>

Kemudian dilanjutkan oleh Rika Kusmawati selaku admin 2 J&T Express Watampone, sebagai berikut:

“ketika costumer hendak ingin mengirim paketnya terkadang paketnya tidak di bungkus dan tidak aman maka kami akan mencoba bantu packing agar paket savety sampai ketujuan, dan J&T Express Watampone buka setiap hari mulai jam 08.00–jam20.00 sehingga para konsumen yang tidak sempat mengirim paketnya karena memiliki kesibukan pekerjaan dipagi-sore hari bisa mengirim paketnya dimalam hari.”<sup>29</sup>

Dari wawancara diatas dapat diketahui ada banyak jenis inovasi layanan yang J&T Express Watampone berikan demi kenyamanan konsumen, antara lain: melayani

---

<sup>27</sup> Justang (admin 1 di J&T Express Watampone), wawancara 3 November 2020.

<sup>28</sup> Justang (admin 1 di J&T Express Watampone), wawancara 3 November 2020.

<sup>29</sup> Rika Kusmawati (admin 2 di J&T Express Watampone), wawancara 3 November 2020.

cod, buka setiap hari mulai jam 08.00-20.00, paket yang dikirim savety, status paket bisa di cek melalui internet, dan melayani jemput barang tanpa tambahan biaya apapun.

c. Layanan sudah dikenal luas

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan sipenulis memperoleh beberapa informasi, dapat dilihat dari hasil wawancara Justang selaku admin 1 di J&T Express Watampone, sebagai berikut:

“Layanan kami sudah dikenal luas oleh masyarakat karena pelayanan yang diberikan banyak diminati costumer. selain dari itu hanya J&T yang memiliki cabang terbanyak di Bone yaitu memiliki 5 cabang di Kab. Bone diantaranya berada di kecamatan mare, lapri, uloe, kahu, dan watampone. Sehingga layanan mereka dapat dinikmati tidak hanya pada daerah perkotaan saja. Hal itu yang membuat peminatnya terus meningkat tiap bulannya dan dikenal lebih luas.”<sup>30</sup>

Berdasarkan hasil wawancara diatas kita dapat melihat bahwa J&T Express Watampone telah dikenal luas oleh masyarakat karena pelayanannya yang memiliki keunggulan dibandingkan perusahaan pengiriman yang lain selain dari itu J&T Express Watampone memiliki cabang terbanyak di Kab. Bone.

d. Kemampuan bersaing J&T Express Watampone

Untuk mengetahui kemampuan bersaing perusahaan J&T Express Watampone dapat dilihat dari konsumen yang antri. Sebagaimana hasil yang diperoleh dari Rika Sukmawati selaku admin 2 J&T Express Watampone, sebagai berikut:

“untuk mengetahui perusahaan dapat bersaing atau tidaknya dapat dilihat dari konsumen yang datang ditempat kami. Konsumen selalu antri mulai pagi sampai malam dan dapat dilihat umumnya perusahaan dapat dikatakan memiliki daya

---

<sup>30</sup> Justang (admin 1 di J&T Express Watampone), wawancara 3 November 2020.

saing ketika perusahaan dapat eksis selama kurang lebih 2 tahun, sedangkan J&T Express Watampone sudah ada selama 4 tahun.”<sup>31</sup>

Berdasarkan hasil wawancara diatas kita dapat melihat bahwa J&T Express Watampone memiliki kemampuan bersaing dibuktikan dengan mampu eksis selama 4 tahun.”

e. Resiko yang sering muncul dan cara mengatasinya.

Resiko tidak akan pernah lepas dengan perusahaan, tiap perusahaan pasti tidak akan mampu menghindari beberapa resiko namun sebagai perusahaan yang hebat ia hebat ditandai dengan kemampuannya mengatasi resiko-resiko yang muncul, sebagaimana hasil wawancara yang diperoleh dari Rika Sukmawati selaku admin 2 di J&T Express Watampone, sebagai berikut:

“apabila kerusakan paket dan paket yang hilang, disini J&T memberikan jaminan asuransi terhadap paket yaitu apabila terjadi kerusakan maupun paket hilang yang ditimbulkan akibat kelalaian karyawan maka sepenuhnya itu adalah tanggung jawab perusahaan dan tidak akan di bebankan pada penerima maupun pengirim.”<sup>32</sup>

Berdasarkan hasil wawancara diatas kita dapat melihat bahwa J&T Express Watampone bertanggung jawab penuh terhadap paket apabila terjadi kelalaian dari karyawan sebagai bentuk service yang baik.

f. Cara Kurir melayani konsumen

Selain dari hasil wawancara admin, sipenulis juga memperoleh informasi dari kurir J&T Express Watampone, dapat dilihat dari wawancara terhadap Ridwan, S.Pd selaku kurir, sebagai berikut:

---

<sup>31</sup> Rika Kusmawati (admin 2 di J&T Express Watampone), wawancara 3 November 2020.

<sup>32</sup> Rika Kusmawati (admin 2 di J&T Express Watampone), wawancara 3 November 2020.



“Untuk melayani konsumen dengan baik kami selalu bersikap baik, ramah dan sabar menghadapi konsumen, kejujuran selalu kami utamakan dan paket selalu kami kemas dengan baik agar konsumen merasa puas.”<sup>33</sup>

Kemudian dilanjutkan oleh Rustang selaku kurir di J&T Express Watampone, sebagai berikut:

“Agar konsumen bisa merasa puas kami harus berinisiatif selalu datang pagi-pagi agar paket yang bisa dikirim cepat, dan terkadang beberapa paket kami kirim malam agar paket dapat sampai ketangan konsumen dengan cepat.”<sup>34</sup>

Berdasarkan hasil wawancara diatas kita dapat melihat bahwa kurir J&T Express Watampone memiliki service yang baik terhadap konsumen, ditunjukkan dengan sikap ramah dan disiplin waktu dalam bekerja.

g. Hambatan saat melayani konsumen dan solusi

Adapun hambatan-hambatan yang dihadapi oleh kurir serta solusinya, dapat dilihat dari wawancara terhadap Ridwan, S.Pd selaku kurir, sebagai berikut:

“terkadang konsumen tidak sabaran dan marah-marah ketika paket yang dikirimkan penjual tidak sesuai. Namun sebisa mungkin kami sebagai kurir bersabar dan memberikan pemahaman terhadap konsumen bahwa J&T hanya sebagai jasa pengiriman bukan penjual.”<sup>35</sup>

Kemudian dilanjutkan oleh Rustang selaku kurir di J&T Express Watampone, sebagai berikut:

“konsumen sering memberikan alamat yang kurang lengkap sehingga kurir terkadang kesulitan mendapatkan lokasi penerima paket, disini kami kurir akan berusaha menghubungi dan bertanya di orang setempat apabila lokasi penerima

---

<sup>33</sup> Ridwan (kurir di J&T Express Watampone), wawancara 3 November 2020.

<sup>34</sup> Rustang (kurir di J&T Express Watampone), wawancara 3 November 2020.

<sup>35</sup> Ridwan (kurir di J&T Express Watampone), wawancara 3 November 2020.

masih belum ditemukan paket akan disimpan di gudang sampai customer menghubungi balik atau datang sendiri menjemputnya.”<sup>36</sup>

#### h. Alasan Konsumen Memilih J&T

Untuk melengkapi informasi penelitian ini sepertinya kurang lengkap apabila hanya memperoleh informasi dari admin dan kurir saja, sipenulis juga memperoleh informasi dari konsumen J&T Express Watampone, dapat dilihat dari wawancara Bpk. Saifullah. S.Sos, sebagai berikut:

“Alasan saya memilih J&T sebenarnya hanya tergantung saja namun jika saya ingin mengirim paket dengan cod saya lebih memilih J&T dibanding Pos Watampone, karena pelayanannya yang cepat.”<sup>37</sup>

Selanjutnya dilanjutkan dari hasil wawancara saudara Rehan selaku konsumen, sebagai berikut:

“bagi saya tak masalah memilih J&T, JNE, Pos ataupun TIKI, bagi saya semuanya pelayanannya baik hanya saja saya lebih merasa nyaman menggunakan layanan J&T karena pelayanannya cepat, tidak bertele-tele dan terkadang saya bisa mengirim paket saya malam.”<sup>38</sup>

Kemudian yang terakhir dilanjutkan oleh wawancara saudara Dirga Prabowo selaku konsumen, sebagai berikut:

“Rumah saya di jalan sungai musi, jarak pos lebih dekat dari rumah saya dibanding J&T Express Watampone namun saya tetap memilih J&T. Sejujurnya pos murah namun saya lebih memilih J&T karena paket yang dikirim cepat sampai dan pelayanannya sangat ramah.”<sup>39</sup>

---

<sup>36</sup> Rustang (kurir di J&T Express Watampone), wawancara 3 November 2020.

<sup>37</sup> Saifullah (konsumen di J&T Express Watampone), wawancara 3 November 2020.

<sup>38</sup> Rehan (konsumen di J&T Express Watampone), wawancara 3 November 2020.

<sup>39</sup> Dirga Prabowo (konsumen di J&T Express Watampone), wawancara 3 November 2020.

Berdasarkan hasil wawancara diatas kita dapat melihat respon positif yang diberikan beberapa konsumen terhadap pelayanan J&T Express Watampone mereka menganggap ada beberapa perusahaan lain yang lebih murah seperti pos Watampone namun ia lebih memilih J&T karena pelayanan yang di suguhkan lebih cepat, ramah, tidak dan bertele-tele.

- i. Masalah yang sering timbul saat menggunakan layanan J&T Express Watampone

Adapun masalah-masalah yang sering dihadapi J&T Express Watampone, antara lain dapat dilihat dari wawancara terhadap Bpk. Saifullah, S.Sos selaku konsumen, sebagai berikut:

“Saya belum menemukan masalah apapun ketika menggunakan layanan J&T Express Watampone.”<sup>40</sup>

Selanjutnya dilanjutkan dari hasil wawancara saudara Rehan selaku konsumen, sebagai berikut:

“Sejauh ini Saya belum menemukan masalah apapun ketika menggunakan layanan ini.”<sup>41</sup>

Kemudian yang terakhir dilanjutkan dari hasil wawancara saudara Dirga Prabowo selaku konsumen, sebagai berikut:

“saya masih bingung cara mengecek resi paket saya. Untuk mengetahui status paket saya.”<sup>42</sup>

---

<sup>40</sup> Saifullah (konsumen di J&T Express Watampone), wawancara 3 November 2020.

<sup>41</sup> Rehan (konsumen di J&T Express Watampone), wawancara 3 November 2020.

<sup>42</sup> Dirga Prabowo (konsumen di J&T Express Watampone), wawancara 3 November 2020.

Berdasarkan wawancara diatas kita dapat melihat bahwa rata-rata konsumen tidak memiliki kendala apapun, namun masih ada beberapa konsumen seperti saudara Dirga Prabowo yang kurang memahami cara mengecek resi.

j. Kepuasan konsumen pada pelayanan J&T Express Watampone

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya. Seorang pelanggan jika merasa puas dengan pelayanan yang diberikan yaitu pelayanan J&T Express Watampone, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama. Sebagaimana hasil wawancara yang diperoleh dari Bpk. Saifullah sebagai berikut:

“Saya merasa puas dengan pelayanan J&T Express Watampone.”<sup>43</sup>

Kemudian dilanjutkan oleh saudara Selanjutnya dilanjutkan dari hasil wawancara saudara Rehan selaku konsumen, sebagai berikut:

“saya puas dengan pelayanan J&T Express Watampone.”<sup>44</sup>

Kemudian yang terakhir dilanjutkan dari hasil wawancara saudara Dirga Prabowo selaku konsumen, sebagai berikut:

“bagi saya pelayanan J&T Express Watampone sangat memuaskan bahkan saya sering merekomendasikan pelayanan J&T Express ke teman-teman saya.”<sup>45</sup>

---

<sup>43</sup> Saifullah (konsumen di J&T Express Watampone), wawancara 3 November 2020.

<sup>44</sup> Rehan (konsumen di J&T Express Watampone), wawancara 3 November 2020.

<sup>45</sup> Dirga Prabowo (konsumen di J&T Express Watampone), wawancara 3 November 2020.

Berdasarkan wawancara diatas kita dapat melihat bahwa rata-rata konsumen memberikan respon yang positif dua diantaranya merasa puas dan yang satunya merasa sangat puas dengan pelayanan J&T Express Watampone.

## **2. Tinjauan ekonomi Islam terhadap inovasi layanan PT. Global Jet Express (J&T Express) Watampone dalam peningkatan minat konsumen**

Adapun tinjauan ekonomi islam terhadap inovasi layanan J&T Express Watampone menurut para ahli, dalam hal ini ialah Dr. Abdullahanaa, M.HI selaku dosen di IAIN Bone sebagai berikut;

“menurut saya semua inovasi layanan J&T Express Watampone dalam peningkatan minat konsumen tidak ada masalah dalam pandangan ekonomi syariah, sejalan dengan etos kerja yang dianjurkan dalam Islam, bahwa manusia sebagai khalifah fii al-ardh dianjurkan untuk senantiasa berinovasi, berkreasi, dan berkarya untuk meningkatkan kesejahteraan dan pendapatan.”<sup>46</sup>

Pada asalnya setiap manusia ingin dilayani dan diperlakukan dengan baik, apalagi seorang pelanggan. Di samping dia sebagai manusia, juga membawa sesuatu yang dibutuhkan oleh perusahaan yaitu melakukan transaksi dan mendatangkan profit bagi perusahaan. Tolak ukur kualitas pelayanan dalam islam disebut dengan standardisasi syariah. Inilah yang kemudian dijadikan sebagai standar penilaian. Ada beberapa tolak ukur standar pelayanan dalam Islam antara lain; *pertama*, daya tanggap (*responsiveness*) dan menepati komitmen perjanjian kepada konsumen sebagaimana disebut dalam Al-Qur'an Surah al-Ma'idah ayat 1 yang terjemahannya: “*Wahai orang-orang yang beriman! Penuhilah janji-janji. Hewan ternak dihalalkan*

---

<sup>46</sup> Abdullahanaa (Dosen di IAIN Bone), wawancara 26 November 2020.

*bagimu, kecuali yang akan disebutkan kepadamu, dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang berhram (haji atau umrah). Sesungguhnya Allah menetapkan hukum sesuai dengan yang Dia kehendaki.*”<sup>47</sup>

*Kedua, keandalan (reliability). Keandalan ini adalah kemampuan untuk menyediakan pelayanan yang terpercaya dan akurat. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan tanpa kesalahan atau skala minimal error. Sebagaimana dicontohkan perilaku nabi Muhammad SAW. Dalam Alqur’an Surah Al-Azhab ayat 21 yang terjemahannya: “Sesungguhnya telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan dia banyak menyebut Allah.”*

*Ketiga, jaminan (assurance), memberikan kondisi kepada konsumen tentang keamanan, kenyamanan, kejujuran dan sebagainya. Hal ini sesuai dengan firman Allah Swt. AL-Qur’an surah al-Syu’ara ayat 181 yang terjemahannya: “Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan.”*<sup>48</sup>

*Keempat, perhatian (empathy). Adalah keadaan mental yang membuat orang merasa dirinya dalam keadaan, perasaan atau pikiran yang sama dengan orang lain.*

---

<sup>47</sup> Idris Parakkasi, *Pemasaran Syariah Era Digital*, (Bogor: Penerbit Lindan Bestari, 2020), h. 28

<sup>48</sup> Idris Parakkasi, *Pemasaran Syariah Era Digital*, (Bogor: Penerbit Lindan Bestari, 2020), h. 29

Dalam istilah lain, empati dapat diartikan sebagai kemampuan untuk menyadari diri sendiri atas perasaan seseorang, lalu bertindak untuk membantunya.<sup>49</sup>

*Kelima*, kemampuan fisik (*tangible*) berpenampilan yang menarik, santun, sopan, senyum, pakaian yang bersih dan serasi, tubuh yang sehat serta bahasa tubuh yang sesuai. Sebagaimana dalam Al-Qur'an surah Al-A'raf ayat 26. Terjemahannya: *“Wahai anak cucu Adam! Sesungguhnya Kami telah menyediakan pakaian untuk menutupi auratmu dan untuk perhiasan bagimu. Tetapi pakaian takwa, itulah yang lebih baik. Demikianlah sebagian tanda-tanda kekuasaan Allah, mudah-mudahan mereka ingat..”*<sup>50</sup>

Dengan melihat hasil wawancara dari ahli dan pembahasan diatas, maka penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa inovasi layanan yang diberikan J&T Express Watampone mampu meningkatkan minat konsumen, selain itu inovasi layanan yang J&T Express Watampone tawarkan tidak melanggar stadardisasi syariah.

---

<sup>49</sup> Idris Parakkasi, *Pemasaran Syariah Era Digital*, (Bogor: Penerbit Lindan Bestari, 2020), h.

<sup>50</sup> Idris Parakkasi, *Pemasaran Syariah Era Digital*, (Bogor: Penerbit Lindan Bestari, 2020), h.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. *Kesimpulan*

Penelitian mengenai Inovasi Layanan J&T Express Dalam Peningkatan Minat Konsumen (Studi Kasus Pada J&T Express Watampone) menghasilkan beberapa kesimpulan yang didasarkan pada analisis. Kesimpulan-kesimpulan penelitian itu meliputi:

1. Setelah adanya inovasi layanan yang diberikan, pelanggan merasa puas dengan inovasi layanan yang diberikan J&T Express Watampone yang tidak mereka jumpai pada perusahaan lain. Adanya cabang terbanyak serta pelayanan yang baik meliputi asuransi, penerimaan cod jemput ditempat, waktu bukan kantor yang lebih lama, keramahan dan kesabaran karyawan dapat meningkatkan minat konsumen.
2. Tinjauan ekonomi Islam terhadap Inovasi layanan J&T Express Watampone dalam peningkatan minat konsumen menurut ahli sejalan dengan etos kerja yang ada dalam Islam. Selain itu pelayanan yang J&T Express berikan memiliki nilai-nilai keislaman. dalam pelayanannya sesuai dengan standarisasi syariah yaitu: daya tanggap, keandalan, jaminan (*assurance*), perhatian (*empathy*), kemampuan fisik (*tangible*).



**B. *Saran***

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, penulis dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Untuk Karyawan J&T Express Watampone walaupun perusahaan memberikan asuransi terhadap paket yang rusak diakibatkan kelalaian karyawan, namun apabila paket sering rusak akan menyebabkan kerugian dimasa yang akan datang. Hendaknya sebelum mengirimkan barang lebih berhati-hati untuk meminimalisir kerugian.
2. Teruslah berinovasi untuk menjaga eksistensi J&T Express Watampone

**C. *Implikasi***

Implikasi dari hasil penelitian mencakup dua hal, yaitu implikasi ilmiah dan praktis. Implikasi ilmiah berhubungan dengan upaya J&T Express Watampone dalam meningkatkan minat konsumen, sedangkan implikasi praktis berkaitan dengan kontribusi penelitian berupa sumbangsi pemikiran dan masukan terhadap J&T Express Watampone.

## DAFTAR PUSTAKA

Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Trj. Jaka Wasana, Chrisanti Hasibuan, dan Rizal Hutauruk, Judul Asli: "Marketing Management", Jilid I, Ed. VI; Jakarta: Erlangga, 1993.

www. Jet.co.id.

IAINBone. *Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Bone*, Ed. Revisi, Cet. I; Watampone: Pusat Penjaminan Mutu(P2m), 2020.

Fitrotun Nizwah, "Inovasi Layanan PLN Mobile di PT. PLN (Persero) Area Surabaya Selatan" Journal.

Kristina Dwi Febriyanti , "Inovasi Layana Delivery Tilang Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Di Kejaksaan Negeri Surabaya " Journal.

Maulana Arief Prawira, Irwan Noor, Farida Nurani, "Inovasi Layanan (Studi Kasus Call Center SPGDT 119 Sebagai Layanan Gawat Darurat Pada Dinas Kesehatan Provinsi DKI Jakarta)" Journal.

Ari Ramdani, "Analisis Deskriptif Terhadap Inovasi Layanan Aplikasi Sambara" Journal.

Ismie Mayangsari, "Inovasi Pt. Pos Indonesia Dalam Menjaga Eksistensi Dan Daya Saing Pelayanan Publik Cab Sidoarjo", Journal.

Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasioanal, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* Jakarta: Pusat Bahasa, 2008.

MyQuran <https://bit.ly/myquranina>

Ida Widaningsih, *Strategi Dan Inovasi Pembelajaran Bahasa Indonesia Di Era Revolusi Industri 4.0 Penelitian*, Cet. I; Sidoarjo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2019.

Hengki Irawan Setia Budi, *Jadi Salesman Tidak Bisa Kaya Masa?*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2010.

Laurensia Hanjani Putri, “ *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pembelian Ulang Konsumen Terhadap Produk Naget Delicy*” Journal.

Muhammad Ismail Yusanto, *Menggagas Bisnis Islam*, Cet. 1. Jakarta: Gema Insani Press, 2002.

Muh Fitra, Luthfiah, *Metodologi Penelitian: Penelitian Kualitatif, Tindakan kelas & Studi Kasus*, Cet.I: Jawa Barat, 2017.

Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*.

Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metodologi penelitian: Memberikan bekal teoritis pada mahasiswa tentang metodologi penelitian serta diharapkan dapat melaksanakan penelitian dengan langkah-langkah yang benar*, Cet. XV: Jakarta: Bumi Aksara, 2016.

Muhamad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif*

Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial & Ekonomi: Format-format Kuantitatif dan Kualitatif untuk Studi Sosiologi, Kebijakan Publik, Komunikasi, Manajemen, dan Penawaran*, Cet. I; Jakarta: Kencana, 2013.

Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Pusat Bahasa, 2008.

Idris Parakkasi, *Pemasaran Syariah Era Digital*, Bogor: Penerbit Lindan Bestari, 2020.

**L**

**A**

**M**

**P**

**I**

**R**

**A**

**N**

Keterangan: J&T Expres Watampone



Keterangan: Wawancara Admin 1 J&T Express Watampone



Keterangan: wawancara admin 2 J&T Express Watampone





Keterangan: wawancara Ridwan S.Pd selaku kurir



Keterangan: wawancara terhadap rustang selaku kurir





Keterangan: wawancara terhadap pak Saifullah, S.Sos selaku konsumen



Keterangan: wawancara terhadap rehan selaku konsumen



Keterangan: konsumen di J&T Express Watampone



## Daftar Instrumen Wawancara

### Identitas Responden

Nama :  
Umur :  
Alamat :  
Jenis Kelamin :  
Pendidikan :

1. Seberapa penting Inovasi layanan menurut anda ?
2. Inovasi Layanan seperti apa yang telah perusahaan anda berikan ?
3. Seberapa penting Inovasi layanan menurut anda ?
4. Inovasi Layanan seperti apa yang telah perusahaan anda berikan ?
5. Apakah layanan anda telah dikenal luas oleh masyarakat Bone ?
6. Apakah layanan yang anda berikan mampu bersaing dengan perusahaan lain di Bone seperti Pos dan JNE yang juga menawarkan jasa pengiriman barang?
7. Resiko-resiko apa saja yang sering timbul dalam pelayanan anda, serta solusi apa yang anda berikan untuk mengatasinya ?
8. Bagaimana cara anda melayani konsumen agar merasa puas ?
9. Sebagai karyawan atau *courier* J&T Express Watampone, hambatan dan kendala apa saja yang anda rasakan dalam melayani konsumen ?
10. Apa alasan anda lebih memilih jasa layanan J&T Watampone ?
11. Masalah apa sajakah yang sering anda temui ketika menggunakan layanan ini ?
12. Apakah anda merasa puas dengan pelayanan J&T Express Watampone ?

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama lengkap Andi Indra Wijaya, yang akrab disapa Andi Indra Wijaya. Lahir di Watampone, 07 Julia 1997. Yang merupakan anak ke 3 dari pasangan A.Ridwan Latif SE dan Hanifa. Sampai saat ini, telah menempuh pendidikan Sekolah Dasar (SD) di SD Negeri 24 Macanang pada tahun 2003-2009, kemudian melanjutkan kejenjang pendidikan Sekolah Menengah Pertama (SMP) di SMP Negeri 1 Watampone pada tahun 2009-2012, kemudian kejenjang pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) yakni SMK Negeri 1 Watampone pada tahun 2012-2015, dengan mengambil jurusan Ilmu Pengetahuan Sosial (IPS), dan langsung melanjutkan kejenjang perguruan tinggi yakni di IAIN BONE pada tahun 2016 dengan mengambil jurusan Ekonomi Syariah.