



Department of Digital Business

**Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)**

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 5 No. 2 (2026) pp: 21621-21632

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

## Analisis Manajemen Percetakan Meningkatkan Kepuasan Konsumen Perspektif Ekonomi Islam Percetakan Hidup Baru

Leo Candra<sup>1</sup>, Rijalush Shalihin<sup>2</sup>, M. Jauhari<sup>3</sup>

<sup>1-3</sup>Ekonomi Syari'ah, Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Palembang

<sup>1</sup>leoc4004@gmail.com, <sup>2</sup>rijalushfaiump@gmail.com, <sup>3</sup>mjauhari311069@gmail.com

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis penerapan manajemen usaha percetakan berbasis ekonomi Islam dalam meningkatkan kepuasan konsumen pada Percetakan Hidup Baru Palembang. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi yang melibatkan pemilik, kepala toko, karyawan, dan konsumen. Analisis difokuskan pada fungsi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan, serta kesesuaiannya dengan nilai amanah, shiddiq, keadilan, tanggung jawab, ihsan, dan kemaslahatan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan usaha telah dilaksanakan melalui konsultasi awal mengenai spesifikasi pesanan, pembagian tugas kerja, penggunaan bahan baku dan mesin yang sesuai, pengawasan kualitas, transparansi harga, komunikasi responsif, serta penyelesaian keluhan. Faktor utama yang membentuk kepuasan konsumen meliputi kualitas hasil cetak, ketepatan waktu, kewajaran harga, kejelasan informasi, keramahan pelayanan, dan tanggung jawab terhadap kesalahan produksi. Kendala usaha terdiri atas persaingan percetakan digital, keterbatasan sumber daya manusia, gangguan mesin, lonjakan pesanan, miskomunikasi desain, dan fluktuasi harga bahan baku. Dalam perspektif ekonomi Islam, kepuasan konsumen tidak hanya berhubungan dengan manfaat material, tetapi juga rasa aman, kepercayaan, keadilan, dan keberkahan transaksi. Temuan ini menegaskan bahwa integrasi manajemen operasional, kualitas pelayanan, pemulihan layanan, dan etika bisnis Islam dapat memperkuat kepuasan, pembelian ulang, loyalitas pelanggan, serta keberlanjutan usaha percetakan. Penelitian juga memberikan implikasi praktis berupa standarisasi formulir pesanan, pengendalian kualitas berlapis, pencatatan keluhan, penguatan keterampilan karyawan, pemeliharaan mesin, dan pemanfaatan pemasaran digital secara bertahap.

**Kata Kunci:** Manajemen Usaha, Percetakan, Kepuasan Konsumen, Ekonomi Islam, Loyalitas Pelanggan

### 1. Latar Belakang

Usaha percetakan merupakan sektor bisnis strategis yang berperan dalam pertumbuhan ekonomi, terutama di era digital yang menuntut adaptasi teknologi. Dalam ekonomi Islam, pengelolaannya harus berlandaskan prinsip syariah seperti tauhid, keseimbangan, dan tanggung jawab sosial, serta mampu menghadapi persaingan pasar. Selain itu, globalisasi turut membawa perubahan dalam manajemen, administrasi, dan kepemimpinan pendidikan, sehingga nilai pasar dan kompetisi menjadi faktor utama dalam penentuan kebijakan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji penerapan prinsip ekonomi Islam dalam pengelolaan usaha percetakan serta pengaruhnya terhadap peningkatan kepuasan konsumen. Pada dasarnya, manajemen merupakan rangkaian proses yang mencakup perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan agar kegiatan usaha dapat berjalan secara efektif dan efisien. Penerapan manajemen yang baik akan memberikan dampak positif terhadap tingkat kepuasan konsumen atas produk maupun layanan yang diberikan.

Kemungkinan kedua terjadi ketika penjual tidak mampu memberikan informasi yang memadai kepada konsumen, sehingga minat konsumen menjadi rendah karena ekspektasi yang terbentuk juga terbatas. Kondisi ini berpotensi menyebabkan transaksi tidak terjadi. Kepuasan konsumen sendiri dapat dipahami sebagai tanggapan konsumen terhadap adanya kesenjangan antara harapan awal dengan kinerja nyata yang dirasakan setelah menggunakan produk atau jasa. Dengan kata lain, kepuasan muncul dari perbandingan antara persepsi terhadap kinerja produk dan tingkat kesesuaian dengan harapan konsumen setelah melakukan pembelian.

Terciptanya kepuasan konsumen memberikan berbagai manfaat bagi perusahaan, antara lain terjalinnya hubungan yang harmonis antara perusahaan dan konsumen, terbukanya peluang pembelian ulang (reorder), meningkatnya loyalitas pelanggan, serta munculnya rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan usaha percetakan. Ketika konsumen merasa puas, proses pemasaran dapat berlangsung secara alami sehingga permintaan terhadap

produk percetakan cenderung meningkat. Hal ini dapat terlihat dari jumlah pemesanan yang terus mengalami kenaikan dari waktu ke waktu.

Manajemen sendiri merupakan proses pengelolaan berbagai kegiatan yang dilakukan secara terstruktur dan sistematis melalui kerja sama dengan pihak lain untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan secara efektif dan efisien.

Usaha dapat diartikan sebagai serangkaian aktivitas yang dilakukan untuk menghasilkan sesuatu dengan tujuan tertentu. Sementara itu, manajemen usaha merupakan suatu proses yang mencakup berbagai tahapan kegiatan, mulai dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, hingga pengendalian, yang bertujuan untuk mencapai hasil secara optimal. Percetakan merupakan suatu proses industri yang digunakan untuk menghasilkan tulisan dan gambar dalam jumlah besar, umumnya dengan memanfaatkan tinta yang dicetak pada media kertas melalui penggunaan mesin cetak. Kepuasan konsumen berkaitan erat dengan upaya konsumen dalam memperoleh nilai yang optimal. Nilai tersebut mencerminkan perbandingan antara persepsi konsumen terhadap kualitas atau manfaat produk dengan pengorbanan yang harus dikeluarkan, terutama dalam bentuk harga yang dibayarkan.

Percetakan Hidup Baru Palembang memiliki pelanggan yang berasal dari berbagai segmen, mulai dari instansi, individu, partai politik, organisasi, hingga lembaga pendidikan seperti sekolah dan perguruan tinggi. Penentuan harga dilakukan dengan mempertimbangkan nilai biaya produksi, yang meliputi modal, tenaga kerja, listrik, dan komponen lainnya, kemudian ditambahkan margin keuntungan untuk setiap produk. Dalam memasarkan produk dan jasanya, percetakan ini menerapkan berbagai strategi promosi agar lebih dikenal dan mampu bersaing secara sehat dengan usaha sejenis. Promosi dilakukan melalui media cetak seperti koran, media sosial, serta pemasaran langsung melalui tenaga marketing dan direct selling. Selain itu, perkembangan usaha ini juga didukung oleh penggunaan berbagai mesin produksi, seperti mesin digital printing, mesin offset, mesin pembuat ID card, mesin sablon, serta mesin jahit manual dan peralatan lainnya.

## **2. Metode Penelitian**

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif, karena penelitian ini bertujuan menghasilkan data berupa uraian dalam bentuk kata-kata, baik tertulis maupun lisan, yang bersumber dari individu serta perilaku yang dapat diamati. Penelitian deskriptif dimaksudkan untuk menyajikan informasi secara akurat mengenai kondisi atau gejala yang terjadi sesuai dengan fakta di lapangan, sehingga dapat memperkuat teori yang sudah ada maupun menjadi dasar dalam pengembangan teori baru. Dengan demikian, penelitian deskriptif kualitatif merupakan metode yang digunakan untuk menggambarkan keadaan objek, situasi, atau lingkungan tertentu secara menyeluruh guna menganalisis berbagai permasalahan dan fenomena yang terjadi secara sistematis. Penelitian ini berfokus pada pemaparan fenomena apa adanya berdasarkan sumber data, baik berupa tulisan, ucapan, maupun tindakan. Dalam konteks penelitian ini, tujuan utamanya adalah mengumpulkan data yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti melalui informan, yaitu pemilik, karyawan, serta konsumen pada usaha Percetakan Hidup Baru Palembang.

## **3. Hasil dan Diskusi**

### **3.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

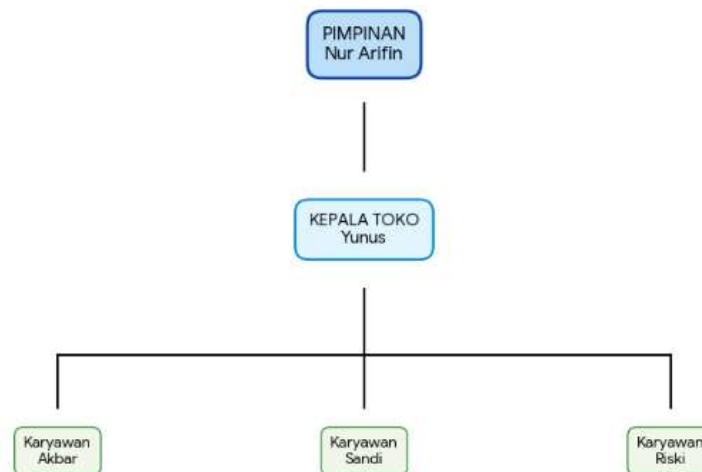
#### **a. Sejarah Berdirinya Percetakan Hidup Baru Palembang**

Percetakan ini didirikan pada tahun 2007 oleh Nur Arifin. Pada masa awal operasionalnya, usaha ini berjalan di lokasi sederhana di pinggir jalan, sebelum akhirnya memiliki tempat usaha sendiri. Seiring perkembangannya, percetakan tersebut telah mengalami perpindahan lokasi sebanyak empat kali. Dalam periode 2007 hingga 2013, pengelolaan usaha masih berada di bawah tanggung jawab Nur Arifin. Namun, sejak tahun 2013 hingga saat ini, pengelolaan dilanjutkan oleh Yunus yang merupakan adik dari pendiri. Pada tahun 2024, percetakan ini juga membuka cabang di Linggau yang dikelola langsung oleh Nur Arifin dengan dukungan dua orang karyawan. Sementara itu, unit usaha yang berlokasi di Palembang saat ini didukung oleh tiga orang karyawan yang membantu kegiatan operasional sehari-hari.

#### **b. Struktur Organisasi**

Pada Percetakan Hidup Baru Palembang terdapat struktur organisasi yang melibatkan karyawan dalam bekerja sama guna mencapai tujuan bersama. Struktur organisasi ini berfungsi untuk memperjelas pembagian kekuasaan, wewenang, serta tanggung jawab masing-masing karyawan. Bentuk struktur organisasi yang diterapkan adalah organisasi garis, di mana alur wewenang mengalir secara vertikal dari pimpinan kepada bawahan. Setiap bagian memiliki seorang penanggung jawab yang memimpin serta bertanggung jawab langsung kepada atasan. Berikut disajikan struktur organisasi beserta uraian tugas dari masing-masing posisi yang terdapat dalam usaha tersebut.

Gambar 3.1 Struktur Organisasi Percetakan Baru Palembang



### 3.2 Pembahasan Penelitian

#### a. Manajemen Usaha Percetakan yang Efektif dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen

Selanjutnya, berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Yunus selaku kepala toko di Percetakan Hidup Baru Palembang, diketahui bahwa:

*“Dalam mengelola usaha percetakan ini, kunci utama untuk meningkatkan kepuasan konsumen adalah menjaga komunikasi yang terbuka dan responsif. Kami selalu berupaya mendengarkan keluhan pelanggan apabila terjadi komplain, memberikan hasil cetak yang berkualitas, menyelesaikan pesanan tepat waktu, serta bertanggung jawab penuh terhadap setiap pesanan. Selain itu, kejujuran dalam setiap transaksi menjadi prinsip utama yang kami pegang.”*

Manajemen usaha yang diterapkan pada Percetakan Hidup Baru Palembang telah mencakup fungsi-fungsi dasar manajemen, yaitu perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan. Efektivitas pengelolaan ini terlihat dari strategi pelayanan yang menyeluruh, di mana pihak percetakan memberikan konsultasi di awal pemesanan agar konsumen memahami secara jelas spesifikasi produk yang diinginkan.

Dari sisi pelaksanaan, penggunaan bahan baku yang berkualitas serta dukungan teknologi mesin yang memadai, seperti mesin digital printing dan offset, mampu menghasilkan produk sesuai standar yang diharapkan. Selain itu, penetapan harga yang jelas dan terjangkau menjadi daya tarik tersendiri bagi berbagai kalangan, baik instansi pemerintah maupun individu. Hubungan yang harmonis dengan konsumen juga terus dijaga melalui komunikasi yang baik, sehingga mendorong terjadinya pembelian ulang (re-order) serta meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap usaha percetakan tersebut.

#### b. Kendala yang dihadapi dalam manajemen usaha percetakan untuk meningkatkan kepuasan konsumen

Selanjutnya, berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Akbar selaku karyawan di Percetakan Hidup Baru Palembang, diperoleh keterangan sebagai berikut:

*“Dalam pelaksanaan manajemen usaha, terdapat beberapa kendala yang dihadapi, di antaranya persaingan usaha yang semakin ketat, terutama dengan berkembangnya percetakan digital lain di Kota Palembang. Selain itu, keterbatasan sumber daya manusia juga menjadi tantangan, mengingat jumlah karyawan yang relatif sedikit sehingga ketika pesanan meningkat, beban kerja turut bertambah. Kendala lain yang dihadapi adalah masalah teknis pada mesin, seperti kerusakan atau gangguan operasional yang dapat menghambat proses produksi, serta fluktuasi harga bahan baku yang memengaruhi penetapan harga jual produk.”*

Kendala-kendala tersebut berpotensi memengaruhi tingkat kepuasan konsumen, terutama apabila berdampak pada keterlambatan penyelesaian pesanan maupun perubahan harga. Namun demikian, pihak manajemen berupaya mengatasinya melalui perawatan mesin secara rutin, pengaturan jadwal kerja yang lebih efektif, serta menjaga komunikasi yang terbuka dengan konsumen apabila terjadi kendala, termasuk keterlambatan dalam proses produksi.

#### c. Faktor pendukung dan penghambat kepuasan konsumen dalam perspektif ekonomi islam

Selanjutnya, berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Syukur selaku konsumen di Percetakan Hidup Baru Palembang, diperoleh keterangan sebagai berikut:

*“Dalam perspektif ekonomi Islam, kepuasan tidak hanya diukur dari aspek material, tetapi juga mencakup dimensi spiritual dan nilai keberkahan. Berdasarkan hasil penelitian, faktor pendukung kepuasan konsumen antara lain kejujuran dalam transaksi, khususnya dalam penyampaian informasi terkait kualitas bahan, harga, dan waktu penyelesaian pesanan; penetapan harga yang wajar sesuai nilai produksi tanpa unsur eksploitasi; pelayanan yang ramah dan adil tanpa membedakan latar belakang konsumen; serta kualitas produk yang baik sebagai wujud penerapan prinsip ihsan (memberikan yang terbaik). Prinsip-prinsip tersebut sejalan dengan nilai ekonomi Islam seperti keadilan (al-‘adl), kejujuran (shiddiq), dan tanggung jawab (amanah), sehingga usaha tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga keberkahan. Adapun faktor penghambat meliputi ketidaksesuaian hasil cetakan dengan desain awal akibat miskomunikasi, keterlambatan penyelesaian pesanan saat terjadi lonjakan permintaan, serta gangguan teknis yang memengaruhi kualitas cetakan.”*

Faktor-faktor tersebut dapat menurunkan tingkat kepuasan konsumen apabila tidak ditangani dengan baik. Oleh karena itu, komunikasi yang efektif serta pengawasan kualitas menjadi aspek penting dalam menjaga kepercayaan pelanggan.

Selanjutnya, hasil wawancara dengan Bapak Adi selaku konsumen juga menunjukkan bahwa:

*“Faktor utama yang mendukung kepuasan konsumen adalah transparansi harga, kualitas produk, serta penawaran yang jujur tanpa mengandung unsur gharar (ketidakpastian) dan sesuai dengan prinsip sidq (kejujuran). Rasa aman dalam bertransaksi yang mencerminkan sikap amanah dari pihak penjual, serta pelayanan yang ramah dan cepat berdasarkan akhlak yang baik, turut memperkuat kepuasan konsumen. Sementara itu, faktor penghambat yang utama adalah ketidakkonsistenan kualitas cetak dan belum adanya sertifikasi halal pada bahan baku, yang dapat menurunkan loyalitas konsumen meskipun harga yang ditawarkan tergolong kompetitif.”*

#### **d. Analisis Penerapan Fungsi Manajemen pada Usaha Percetakan**

Temuan penelitian memperlihatkan bahwa kegiatan Percetakan Hidup Baru Palembang telah menjalankan rangkaian fungsi manajemen secara praktis, meskipun pelaksanaannya masih bercorak usaha keluarga dan belum seluruhnya didokumentasikan dalam prosedur tertulis. Perencanaan terlihat ketika pengelola menerima pesanan, mengidentifikasi jenis produk, bahan, ukuran, warna, jumlah, waktu penyelesaian, dan biaya yang harus disepakati dengan konsumen. Tahap ini penting karena produk percetakan bersifat pesanan khusus; kesalahan kecil pada ukuran, desain, warna, atau jumlah dapat menghasilkan produk yang tidak dapat digunakan. Oleh sebab itu, konsultasi awal bukan sekadar kegiatan pelayanan, tetapi menjadi bentuk pengendalian risiko sejak sebelum proses produksi dimulai.

Pada fungsi pengorganisasian, struktur garis yang digunakan memberikan jalur komando yang sederhana dan mudah dipahami. Pimpinan menetapkan kebijakan usaha, kepala toko mengoordinasikan penerimaan pesanan dan kegiatan operasional, sedangkan karyawan menjalankan pekerjaan sesuai kemampuan masing-masing. Bentuk organisasi yang sederhana sesuai dengan skala usaha karena mempercepat komunikasi dan pengambilan keputusan. Namun, jumlah karyawan yang terbatas membuat pembagian tugas berpotensi tumpang tindih ketika volume pesanan meningkat. Kondisi tersebut menunjukkan perlunya uraian kerja yang lebih rinci, penetapan penanggung jawab pada setiap tahapan produksi, dan mekanisme saling menggantikan agar pelayanan tidak bergantung pada satu orang tertentu.

Fungsi pelaksanaan tercermin melalui penggunaan mesin digital printing, offset, mesin pembuat kartu identitas, mesin sablon, serta peralatan pendukung lain untuk menghasilkan berbagai jenis produk. Pelaksanaan yang efektif membutuhkan koordinasi antara bagian penerimaan pesanan, penyusunan desain, persetujuan konsumen, persiapan bahan, proses cetak, penyelesaian akhir, dan penyerahan produk. Setiap tahapan memiliki titik kritis yang berbeda. Pada penyusunan desain, titik kritisnya adalah ketepatan informasi dan persetujuan konsumen; pada proses produksi, titik kritisnya adalah kondisi mesin, kualitas tinta, jenis media, serta ketelitian operator; sedangkan pada tahap penyerahan, titik kritisnya adalah kesesuaian jumlah, kualitas, dan waktu.

Fungsi pengawasan dilakukan melalui pemeriksaan hasil cetak dan komunikasi dengan konsumen apabila ditemukan kendala. Pengawasan perlu dipahami sebagai proses yang berlangsung sebelum, selama, dan setelah produksi. Sebelum produksi, pengawasan dilakukan melalui verifikasi desain dan spesifikasi. Selama produksi, pengawasan dilakukan melalui contoh cetak, pengaturan warna, dan pemeriksaan kondisi mesin. Setelah produksi, pengawasan dilakukan dengan memeriksa jumlah, kerapian, pemotongan, finishing, dan kesesuaian pesanan. Pola pengawasan berlapis ini dapat mengurangi biaya cetak ulang sekaligus menjaga kepercayaan konsumen.

Secara keseluruhan, keterkaitan antara perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan menunjukkan bahwa keberhasilan manajemen usaha tidak ditentukan oleh satu fungsi saja. Perencanaan yang baik akan kehilangan manfaat apabila pembagian tugas tidak jelas, sedangkan pelaksanaan yang cepat dapat menghasilkan ketidakpuasan apabila tidak disertai pemeriksaan mutu. Karena itu, penguatan manajemen di Percetakan Hidup Baru sebaiknya diarahkan pada penyusunan alur kerja sederhana, formulir pesanan yang lengkap, daftar pemeriksaan kualitas, jadwal pemeliharaan mesin, dan pencatatan keluhan. Langkah tersebut tidak mengubah karakter kekeluargaan usaha, tetapi membantu menjaga konsistensi layanan ketika pesanan dan jumlah pelanggan bertambah.

#### **e. Kualitas Pelayanan sebagai Pembentuk Kepuasan Konsumen**

Kepuasan konsumen pada usaha percetakan terbentuk dari perbandingan antara harapan sebelum memesan dan kinerja yang diterima setelah produk selesai. Dalam konteks Percetakan Hidup Baru, harapan tersebut mencakup hasil cetak yang sesuai desain, warna yang dapat diterima, bahan yang sesuai, jumlah yang tepat, waktu penyelesaian yang disepakati, serta harga yang tidak berubah tanpa penjelasan. Ketika seluruh unsur tersebut terpenuhi, konsumen memperoleh nilai yang dianggap sepadan dengan biaya dan waktu yang dikorbankan. Sebaliknya, satu kesalahan pada unsur yang paling penting bagi konsumen dapat menurunkan penilaian terhadap keseluruhan layanan.

Dimensi keandalan terlihat dari kemampuan usaha menghasilkan produk sesuai spesifikasi dan menyelesaikannya pada waktu yang telah disepakati. Keandalan sangat penting karena pelanggan percetakan sering menggunakan produk untuk kegiatan yang memiliki batas waktu, seperti acara sekolah, kegiatan organisasi, promosi, pertemuan resmi, atau kebutuhan administrasi. Keterlambatan beberapa jam dapat memiliki dampak yang berbeda dibandingkan keterlambatan pada layanan lain. Oleh karena itu, janji waktu harus ditentukan berdasarkan kapasitas mesin, antrean pesanan, ketersediaan bahan, kompleksitas desain, dan waktu yang diperlukan untuk finishing, bukan semata-mata untuk memenangkan persaingan harga.

Dimensi daya tanggap tercermin dalam kesediaan pengelola mendengarkan pertanyaan, memberikan penjelasan, menanggapi perubahan desain, dan menangani keluhan. Kamarudin dan Kassim (2021) menekankan bahwa profesionalisme karyawan yang tampak melalui keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik berhubungan dengan penilaian konsumen terhadap kualitas layanan. Pada Percetakan Hidup Baru, daya tanggap perlu diterjemahkan menjadi kecepatan memberikan informasi yang benar, bukan sekadar membalas pesan dengan cepat. Informasi tentang status pesanan, kemungkinan keterlambatan, alternatif bahan, dan konsekuensi perubahan desain harus disampaikan secara jelas agar konsumen dapat mengambil keputusan.

Dimensi jaminan dan empati muncul melalui kompetensi karyawan, keramahan, kesopanan, serta kemampuan memahami kebutuhan pelanggan yang beragam. Pelanggan instansi membutuhkan kepastian administrasi dan ketepatan spesifikasi, sedangkan pelanggan individu mungkin memerlukan bantuan lebih besar dalam menentukan desain dan bahan. Perlakuan yang adil bukan berarti memberikan layanan yang sama persis, tetapi memberikan bantuan sesuai kebutuhan tanpa membedakan status sosial atau besarnya pesanan. Jannati dan Nurhidayati (2022) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan Islami memiliki peran penting dalam membentuk kepuasan, sehingga sikap ramah, dapat dipercaya, dan bertanggung jawab perlu menjadi bagian dari standar pelayanan.

Bukti fisik pelayanan pada usaha percetakan meliputi kebersihan tempat kerja, kerapian contoh produk, kondisi mesin, tampilan katalog, kemudahan melihat jenis bahan, serta kerapian pengemasan. Meskipun konsumen terutama menilai hasil akhir, kondisi fisik usaha membentuk keyakinan awal mengenai kemampuan penyedia jasa. Penataan contoh produk berdasarkan kategori, pencantuman spesifikasi bahan, dan penyediaan daftar harga dasar dapat membantu konsumen memahami pilihan. Dengan demikian, kualitas pelayanan tidak hanya berlangsung pada saat percakapan antara karyawan dan pelanggan, tetapi juga dibentuk oleh sistem informasi, kondisi tempat usaha, dan bukti nyata yang dapat dilihat konsumen.

Hubungan antara kualitas pelayanan dan loyalitas tidak selalu terjadi secara langsung. Konsumen dapat merasa puas pada satu transaksi, tetapi belum tentu melakukan pemesanan ulang apabila tidak ada kebutuhan. Namun, kepuasan meningkatkan kemungkinan usaha dipilih kembali dan direkomendasikan kepada orang lain. Yacob et al. (2023) menjelaskan bahwa kualitas layanan, kepercayaan, dan kepuasan berperan dalam membentuk loyalitas. Oleh sebab itu, Percetakan Hidup Baru perlu memandang setiap pesanan sebagai awal hubungan jangka panjang, bukan transaksi yang selesai ketika produk diserahkan. Penyimpanan data pelanggan, riwayat desain, dan preferensi bahan dapat mempermudah pemesanan berikutnya dan meningkatkan kenyamanan konsumen.

#### **f. Implementasi Prinsip Ekonomi Islam dalam Pengelolaan Usaha**

Penerapan ekonomi Islam dalam usaha percetakan tidak cukup dinilai dari penggunaan istilah syariah, tetapi harus terlihat dalam cara usaha membuat kesepakatan, menetapkan harga, menjaga mutu, memenuhi janji, dan menyelesaikan kesalahan. Nilai amanah berarti pihak percetakan menerima tanggung jawab atas bahan, desain, uang muka, dan waktu yang dipercayakan konsumen. Amanah juga menuntut agar informasi pelanggan, terutama desain dokumen atau identitas, tidak digunakan di luar kepentingan produksi. Sikap ini memperkuat rasa aman dan menjadi dasar hubungan jangka panjang antara pelaku usaha dan konsumen.

Nilai shiddiq atau kejujuran tercermin dalam penyampaian kondisi produk dan kemampuan produksi secara apa adanya. Apabila jenis bahan tertentu tidak tersedia, kualitas gambar terlalu rendah, warna layar tidak dapat sama persis dengan hasil cetak, atau waktu yang diminta tidak realistis, pengelola perlu menyampaikannya sejak awal. Kejujuran seperti ini mungkin menyebabkan konsumen mengubah pesanan, tetapi mencegah kekecewaan yang lebih besar setelah produksi. Susilo, Abdullah, dan Che Embi (2022) menempatkan karakter shiddiq, amanah, tabligh, dan fathanah sebagai faktor yang relevan dalam mempertahankan hubungan dengan pelanggan pada layanan berbasis Islam.

Prinsip keadilan berkaitan dengan harga, kualitas, pelayanan, dan penanganan risiko. Harga yang adil bukan selalu harga paling murah, melainkan harga yang disusun berdasarkan biaya bahan, tenaga kerja, listrik, penyusutan

mesin, kompleksitas pekerjaan, risiko kesalahan, dan keuntungan yang wajar. Konsumen harus mengetahui komponen utama yang menyebabkan perbedaan harga, terutama apabila terdapat pilihan bahan atau tingkat penyelesaian yang berbeda. Keadilan juga berarti bahwa kesalahan yang berasal dari pihak percetakan tidak seluruhnya dibebankan kepada konsumen. Sebaliknya, perubahan pesanan setelah desain disetujui perlu dibicarakan secara proporsional agar hak kedua pihak tetap terlindungi.

Prinsip ihsan mendorong pelaku usaha memberikan hasil terbaik, bahkan ketika konsumen tidak memahami seluruh aspek teknis. Operator percetakan memiliki pengetahuan lebih besar tentang resolusi gambar, ukuran potong, ketahanan bahan, komposisi warna, dan kemungkinan hasil akhir. Ketimpangan informasi ini menimbulkan tanggung jawab moral agar pengetahuan tersebut digunakan untuk melindungi konsumen, bukan untuk mengambil keuntungan sepihak. Ahmed et al. (2022) menunjukkan bahwa kepatuhan terhadap prinsip syariah dapat memengaruhi kepuasan melalui kualitas layanan. Temuan tersebut mendukung pemahaman bahwa nilai Islam harus diwujudkan dalam kualitas tindakan yang dapat dirasakan pelanggan.

Prinsip tabligh berkaitan dengan komunikasi yang benar, terbuka, dan mudah dipahami. Dalam usaha percetakan, banyak masalah muncul bukan karena niat buruk, tetapi karena istilah teknis tidak dipahami konsumen. Penjelasan mengenai ukuran jadi, ukuran desain, jenis kertas, gramatur, laminasi, finishing, toleransi warna, dan estimasi waktu perlu disampaikan menggunakan bahasa sederhana. Konfirmasi tertulis melalui formulir pesanan atau pesan digital dapat menjadi bukti kesepakatan dan mengurangi perbedaan ingatan antara konsumen dan pihak percetakan.

Prinsip fathanah atau kecakapan menuntut pengelola meningkatkan kemampuan teknis, manajerial, dan pemasaran. Amanah tanpa kompetensi dapat tetap menghasilkan keterlambatan atau kesalahan. Oleh karena itu, etika bisnis Islam perlu berjalan bersama pembelajaran teknologi, pemeliharaan mesin, pengelolaan keuangan, dan pengembangan sumber daya manusia. Peningkatan keterampilan desain, pengaturan warna, pengendalian bahan, dan komunikasi pelanggan merupakan bentuk tanggung jawab profesional. Dengan demikian, orientasi keberkahan tidak bertentangan dengan efisiensi, melainkan mendorong usaha memberikan manfaat yang lebih luas dan menghindari pemborosan.

Konsep masalah memberikan arah bahwa keberhasilan usaha seharusnya menghasilkan manfaat bagi pemilik, karyawan, konsumen, pemasok, dan lingkungan sekitar. Bagi pemilik, usaha harus memberikan keuntungan yang halal dan berkelanjutan. Bagi karyawan, usaha harus menyediakan pembagian tugas dan imbalan yang layak. Bagi konsumen, usaha harus memberikan produk yang bermanfaat dan transaksi yang jelas. Bagi lingkungan, penggunaan bahan dan pengelolaan limbah perlu dilakukan secara bertanggung jawab. Perspektif ini memperluas makna kepuasan dari sekadar perasaan senang setelah membeli menjadi pengalaman transaksi yang adil, aman, dan membawa manfaat.

#### **g. Pengendalian Mutu, Ketepatan Waktu, dan Efisiensi Operasional**

Kualitas hasil cetak merupakan inti kepuasan karena menjadi bukti nyata dari seluruh proses pelayanan. Pengendalian mutu perlu dimulai dari pemeriksaan berkas desain, termasuk ukuran, resolusi gambar, jenis huruf, batas potong, dan mode warna. Berkas yang tampak baik pada layar belum tentu menghasilkan cetakan yang sama apabila resolusi rendah atau pengaturan warna tidak sesuai. Karena itu, konsumen perlu memperoleh pemberitahuan mengenai keterbatasan teknis sebelum produksi. Persetujuan contoh digital atau contoh cetak menjadi langkah penting untuk memastikan bahwa kedua pihak memiliki pemahaman yang sama.

Tahap berikutnya adalah pengendalian bahan dan mesin. Kertas, tinta, bahan spanduk, kartu, dan media lain memiliki karakteristik berbeda yang memengaruhi hasil. Pencatatan pemasok, jenis bahan, harga, kualitas, dan tingkat kerusakan dapat membantu usaha memilih bahan yang paling sesuai. Mesin harus diperiksa berdasarkan jadwal, bukan hanya ketika terjadi kerusakan. Pemeliharaan preventif dapat mengurangi gangguan mendadak, keterlambatan, dan pemborosan bahan. Dalam usaha dengan jumlah mesin terbatas, satu kerusakan dapat menghentikan seluruh alur produksi; karena itu, jadwal perawatan menjadi bagian dari perlindungan terhadap janji kepada konsumen.

Ketepatan waktu harus dikelola melalui perencanaan kapasitas. Setiap pesanan sebaiknya diberi estimasi waktu berdasarkan jumlah pekerjaan yang sedang berjalan dan kapasitas mesin. Pesanan mendesak perlu memiliki kriteria yang jelas agar tidak mengganggu pelanggan yang telah lebih dahulu memesan. Penggunaan papan jadwal, buku produksi, atau aplikasi sederhana dapat membantu kepala toko melihat beban kerja harian. Informasi tersebut juga memudahkan pengelola menentukan kapan harus menambah jam kerja, menolak tenggat yang tidak realistis, atau bekerja sama dengan mitra percetakan lain.

Efisiensi operasional bukan berarti mengurangi bahan atau tenaga secara berlebihan, tetapi menekan aktivitas yang tidak memberi nilai. Cetak ulang akibat salah desain, salah ukuran, atau kurang komunikasi merupakan pemborosan yang dapat dicegah. Demikian pula waktu tunggu karena berkas belum disetujui atau bahan belum tersedia. Pembuatan daftar pemeriksaan sebelum cetak dapat mengurangi kesalahan berulang. Data sederhana mengenai jenis kesalahan, penyebab, biaya, dan tindakan perbaikan dapat digunakan untuk memperbaiki proses dari waktu ke waktu.

Penerapan pengendalian mutu yang konsisten juga mendukung keadilan. Konsumen memperoleh produk sesuai janji, sedangkan usaha terhindar dari kerugian akibat cetak ulang. Ketika kesalahan tetap terjadi, penanganannya perlu didasarkan pada penyebab. Apabila kesalahan berasal dari operator atau mesin, usaha seharusnya menawarkan perbaikan yang layak. Apabila kesalahan berasal dari perubahan konsumen setelah persetujuan, biaya tambahan dapat dibicarakan secara terbuka. Mekanisme ini mengurangi konflik dan membangun persepsi bahwa keputusan dibuat secara proporsional, bukan berdasarkan kekuatan tawar salah satu pihak.

#### **h. Penetapan Harga, Transparansi, dan Nilai yang Dirasakan Konsumen**

Harga pada jasa percetakan dipengaruhi oleh banyak variabel, sehingga perbedaan harga antarproduk tidak selalu mudah dipahami konsumen. Jenis bahan, ukuran, jumlah, warna, finishing, tingkat kesulitan desain, kecepatan penyelesaian, dan risiko produksi memengaruhi biaya. Transparansi harga dapat dilakukan dengan menyediakan harga dasar dan menjelaskan faktor penambah biaya. Konsumen tidak harus menerima seluruh rincian biaya internal, tetapi perlu memahami alasan perubahan harga dari pilihan satu ke pilihan lain. Kejelasan ini mengurangi prasangka dan memperkuat kepercayaan.

Nilai yang dirasakan konsumen merupakan perbandingan antara manfaat yang diterima dengan pengorbanan yang dikeluarkan. Harga lebih tinggi dapat tetap dianggap wajar apabila hasil lebih tahan lama, desain lebih baik, pelayanan lebih cepat, atau risiko kesalahan lebih rendah. Sebaliknya, harga murah dapat dianggap mahal apabila produk terlambat atau tidak dapat digunakan. Setiawan et al. (2023) menunjukkan keterkaitan kualitas layanan, persepsi nilai, dan loyalitas dalam konteks jasa. Bagi Percetakan Hidup Baru, peningkatan nilai dapat dilakukan tidak hanya melalui diskon, tetapi melalui konsultasi, penyimpanan berkas, contoh bahan, kepastian waktu, dan jaminan perbaikan.

Dalam perspektif ekonomi Islam, keuntungan diperbolehkan selama diperoleh melalui transaksi yang jelas, tidak mengandung penipuan, dan tidak mengeksploitasi ketidaktahuan konsumen. Penetapan harga perlu mempertimbangkan keberlangsungan usaha karena harga yang terlalu rendah dapat mengurangi kemampuan membeli bahan bermutu, merawat mesin, dan memberikan imbalan layak kepada karyawan. Oleh sebab itu, kewajaran harga harus dilihat dari keseimbangan hak konsumen memperoleh nilai dan hak usaha memperoleh keuntungan yang mendukung keberlanjutan.

Fluktuasi harga bahan baku merupakan kendala yang nyata. Untuk mengurangi konflik, masa berlaku penawaran harga perlu dicantumkan, terutama pada pesanan besar atau bahan yang harganya cepat berubah. Uang muka, jadwal pelunasan, dan konsekuensi perubahan spesifikasi juga perlu disepakati. Kesepakatan tertulis yang sederhana akan membantu kedua pihak memahami kewajiban masing-masing. Praktik ini sejalan dengan upaya menghindari gharar karena unsur harga, spesifikasi, dan waktu menjadi lebih pasti.

#### **i. Penanganan Keluhan dan Pemulihan Layanan**

Keluhan merupakan sumber informasi mengenai bagian proses yang belum memenuhi harapan konsumen. Usaha kecil sering memandang keluhan sebagai ancaman, padahal keluhan yang ditangani dengan baik dapat mencegah pelanggan berpindah dan membantu menemukan kelemahan operasional. Hastuti, Baginda, dan Aprianda (2022) menunjukkan bahwa pengelolaan keluhan dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas layanan. Dalam usaha percetakan, keluhan perlu dicatat berdasarkan jenisnya, misalnya kesalahan desain, perbedaan warna, keterlambatan, kekurangan jumlah, kerusakan finishing, atau ketidaksesuaian harga.

Langkah pertama dalam pemulihan layanan adalah mendengarkan tanpa memotong pembicaraan dan memastikan inti masalah. Karyawan perlu membedakan antara keluhan terhadap proses dan keluhan terhadap hasil. Setelah itu, penyebab harus diperiksa berdasarkan formulir pesanan, bukti persetujuan desain, kondisi mesin, dan hasil produk. Pemeriksaan fakta penting agar keputusan tidak hanya berdasarkan asumsi. Sikap defensif dapat memperburuk pengalaman pelanggan, sedangkan pengakuan terhadap masalah yang benar menunjukkan amanah dan tanggung jawab.

Solusi keluhan dapat berupa penjelasan, perbaikan desain, cetak ulang, potongan harga, pengembalian sebagian biaya, atau pengaturan ulang waktu penyerahan. Pilihan solusi harus proporsional terhadap dampak kesalahan dan penyebabnya. Umar dan Saleem (2022) menekankan pentingnya kompetensi emosional karyawan dalam membentuk kepuasan setelah kegagalan layanan. Bagi Percetakan Hidup Baru, kemampuan berbicara dengan tenang, menunjukkan empati, dan menawarkan pilihan yang realistis akan membantu memulihkan kepercayaan pelanggan.

Saprudin dan Al-Banna (2022) menunjukkan bahwa kualitas layanan dan penanganan keluhan berhubungan dengan kepuasan serta retensi pelanggan. Implikasinya, penyelesaian keluhan tidak boleh berhenti setelah produk diganti. Pengelola perlu memastikan konsumen menerima solusi dan menanyakan apakah hasil perbaikan telah sesuai. Tindak lanjut seperti ini menunjukkan bahwa usaha menghargai hubungan, bukan hanya menghindari konflik. Data keluhan kemudian perlu dibahas bersama karyawan agar kesalahan serupa tidak berulang.

Dari perspektif ekonomi Islam, pemulihan layanan merupakan bentuk menunaikan hak konsumen. Ketika kesalahan terbukti berasal dari usaha, mengakui dan memperbaikinya lebih sesuai dengan amanah daripada mempertahankan keuntungan jangka pendek. Sebaliknya, konsumen juga perlu bersikap adil ketika kesalahan

berasal dari berkas atau perubahan yang telah disetujuinya. Komunikasi berbasis bukti dan kesepakatan awal membantu menjaga keadilan kedua pihak.

#### **j. Adaptasi Teknologi dan Pemasaran Digital**

Persaingan dengan percetakan digital lain di Kota Palembang menunjukkan bahwa teknologi menjadi faktor penting dalam keberlanjutan usaha. Adaptasi teknologi tidak selalu berarti membeli mesin paling mahal, tetapi memilih teknologi yang mengurangi kesalahan, mempercepat komunikasi, dan memperluas akses pelanggan. Penggunaan pesan instan, katalog digital, penyimpanan berkas terstruktur, formulir pesanan elektronik, dan pencatatan status produksi dapat dilakukan dengan biaya relatif terjangkau. Fianto, Rahmawati, dan Supriani (2021) menunjukkan bahwa kemudahan, keamanan, desain, dan keandalan sistem digital dapat membentuk kepuasan pengguna layanan.

Pemasaran digital dapat memperkuat promosi yang sebelumnya dilakukan melalui media cetak dan penjualan langsung. Media sosial dapat digunakan untuk menampilkan portofolio, jenis bahan, proses produksi, testimoni, promosi musiman, dan edukasi singkat mengenai persiapan desain. Konten edukatif membantu konsumen memahami kualitas dan mengurangi komunikasi berulang. Namun, informasi yang ditampilkan harus sesuai dengan kemampuan nyata. Menampilkan contoh yang tidak dapat diproduksi atau menjanjikan waktu yang tidak realistis bertentangan dengan prinsip kejujuran.

Tambunan (2022) menjelaskan bahwa transformasi digital pada usaha mikro dan kecil masih menghadapi keterbatasan penggunaan teknologi, sementara Tridalestari dan Prasetyo (2023) menunjukkan bahwa teknologi informasi dan kualitas layanan elektronik dapat memengaruhi nilai pelanggan pada UKM. Temuan tersebut relevan bagi usaha percetakan karena digitalisasi dapat menghubungkan proses pemasaran, pemesanan, persetujuan desain, pembayaran, dan pelacakan produksi. Integrasi sederhana dapat mengurangi kehilangan informasi dan mempercepat respons.

Transformasi digital juga memerlukan perlindungan data. Berkas pelanggan dapat berisi identitas, logo, surat, sertifikat, atau materi internal organisasi. Penyimpanan harus diatur berdasarkan nama pelanggan, tanggal, dan jenis pesanan serta dibatasi aksesnya. Berkas yang tidak lagi diperlukan sebaiknya dihapus berdasarkan kebijakan yang jelas. Perlindungan data merupakan bagian dari amanah karena pelanggan mempercayakan informasi kepada pihak percetakan hanya untuk tujuan produksi.

Alfarizi (2023) menunjukkan bahwa kualitas layanan digital berhubungan dengan kepuasan dan retensi. Bagi Percetakan Hidup Baru, manfaat digitalisasi akan terlihat apabila sistem mempermudah pelanggan, bukan menambah kerumitan. Oleh karena itu, penerapan teknologi sebaiknya dilakukan bertahap, dimulai dari katalog dan formulir pesanan, kemudian pencatatan produksi, basis data pelanggan, dan pembayaran. Evaluasi dilakukan berdasarkan pengurangan kesalahan, kecepatan respons, dan kemudahan pelanggan, bukan hanya jumlah aplikasi yang digunakan.

#### **k. Penguatan Sumber Daya Manusia, Organisasi, dan Mitigasi Risiko**

Keterbatasan jumlah karyawan merupakan salah satu kendala utama karena peningkatan pesanan langsung menambah beban kerja. Penguatan sumber daya manusia perlu dimulai dari pemetaan kompetensi. Setiap karyawan sebaiknya memiliki kemampuan utama dan kemampuan cadangan. Misalnya, operator mesin perlu memahami pemeriksaan desain dasar, sedangkan bagian pelayanan perlu memahami spesifikasi bahan dan estimasi waktu. Pola keterampilan silang mengurangi ketergantungan pada satu orang ketika ada karyawan yang tidak hadir atau ketika pesanan meningkat.

Pelatihan tidak harus selalu berbentuk kegiatan formal. Evaluasi kesalahan, pembelajaran dari pemasok mesin, video teknis, dan diskusi rutin dapat menjadi sarana peningkatan kemampuan. Muafi, Sanusi, dan Roostika (2023) mengaitkan keterampilan digital dan kewirausahaan digital dengan kinerja berkelanjutan UMKM. Bagi Percetakan Hidup Baru, keterampilan yang dibutuhkan meliputi desain, pengoperasian mesin, pengendalian warna, komunikasi pelanggan, pencatatan biaya, pemasaran digital, dan penanganan keluhan.

Sistem kerja perlu mendukung disiplin tanpa menghilangkan fleksibilitas usaha kecil. Jadwal harian, target produksi, daftar pesanan, dan penanggung jawab dapat ditampilkan pada papan atau aplikasi sederhana. Briefing singkat pada awal hari membantu mengidentifikasi pesanan prioritas, kondisi mesin, bahan yang belum tersedia, dan risiko keterlambatan. Pada akhir hari, pemeriksaan status pesanan membantu mencegah pekerjaan terlewat. Sistem ini juga memudahkan kepala toko memberikan informasi yang akurat kepada pelanggan.

Mitigasi risiko operasional mencakup risiko kerusakan mesin, kekurangan bahan, kesalahan desain, kehilangan data, keterlambatan pemasok, kecelakaan kerja, dan penurunan permintaan. Setiap risiko perlu memiliki tindakan pencegahan dan rencana penanganan. Contohnya, kerusakan mesin dicegah melalui perawatan dan ditangani melalui teknisi atau mitra produksi; kehilangan data dicegah melalui pencadangan; kekurangan bahan dicegah melalui stok minimum; sedangkan keterlambatan ditangani melalui pemberitahuan dini kepada pelanggan.

Nilai ekonomi Islam perlu hadir dalam pengelolaan karyawan. Pembagian kerja harus proporsional, instruksi disampaikan dengan jelas, keselamatan kerja diperhatikan, dan imbalan diberikan sesuai kesepakatan. Lingkungan kerja yang adil membantu karyawan memberikan pelayanan yang lebih baik. Ketika karyawan memahami bahwa

kualitas pekerjaan merupakan amanah, pengawasan tidak hanya bergantung pada kehadiran pimpinan, tetapi juga pada tanggung jawab pribadi.

### **l. Kepuasan, Loyalitas, dan Keberlanjutan Usaha**

Kepuasan konsumen memiliki arti strategis karena usaha percetakan sangat bergantung pada pembelian ulang dan rekomendasi. Pelanggan instansi, sekolah, organisasi, dan pelaku usaha dapat melakukan pemesanan berkala apabila pengalaman sebelumnya memuaskan. Putra, Hendayani, dan Hidayah (2023) serta Yacob et al. (2023) menunjukkan bahwa kepuasan berperan penting dalam pembentukan loyalitas. Pada Percetakan Hidup Baru, loyalitas dapat terlihat dari kesediaan konsumen kembali memesan, mempercayakan pekerjaan yang lebih besar, dan merekomendasikan usaha kepada pihak lain.

Loyalitas tidak hanya dibentuk oleh harga. Konsumen mungkin menemukan harga lebih rendah di tempat lain, tetapi tetap memilih penyedia yang sudah memahami kebutuhan, menyimpan desain, memberikan kepastian, dan bertanggung jawab terhadap kesalahan. Kepercayaan mengurangi risiko yang dirasakan konsumen. Oleh karena itu, menjaga konsistensi mutu lebih penting daripada memberikan diskon yang tidak terencana. Program loyalitas sederhana dapat berupa prioritas jadwal untuk pelanggan rutin, penyimpanan desain, pemberitahuan kebutuhan berkala, atau harga khusus berdasarkan volume yang transparan.

Keberlanjutan usaha juga dipengaruhi kemampuan menyesuaikan jenis produk dengan perubahan kebutuhan pasar. Percetakan perlu memantau permintaan terhadap produk promosi, kemasan, label, dokumen, kartu identitas, spanduk, dan layanan desain. Namun, diversifikasi harus mempertimbangkan kemampuan mesin, keterampilan, modal, dan potensi pasar. Penambahan produk yang terlalu banyak tanpa pengendalian dapat menurunkan kualitas. Pendekatan bertahap memungkinkan usaha menguji permintaan sebelum melakukan investasi besar.

Hubungan dengan pemasok merupakan bagian dari keberlanjutan. Pemasok yang dapat dipercaya membantu menjaga ketersediaan bahan, stabilitas kualitas, dan informasi perubahan harga. Usaha sebaiknya memiliki lebih dari satu alternatif pemasok untuk bahan kritis, tetapi tetap menjaga hubungan baik dan pembayaran tepat waktu. Prinsip amanah berlaku dua arah: usaha menuntut bahan sesuai spesifikasi, sementara usaha juga harus memenuhi kewajiban pembayaran kepada pemasok.

Keberlanjutan dalam perspektif masalah mencakup kemampuan usaha bertahan tanpa merugikan pihak lain. Keuntungan digunakan untuk pemeliharaan mesin, peningkatan keterampilan, pengembangan produk, dan kesejahteraan karyawan. Pengurangan kesalahan produksi juga mengurangi limbah bahan. Dengan demikian, efisiensi, kepuasan konsumen, etika, dan keberlanjutan saling memperkuat. Usaha yang jujur tetapi tidak efisien dapat sulit bertahan, sedangkan usaha yang efisien tetapi mengabaikan keadilan dapat kehilangan kepercayaan.

### **m. Implikasi Strategis bagi Pengembangan Percetakan Hidup Baru**

Berdasarkan temuan penelitian, strategi pengembangan dapat dimulai dari standarisasi proses penerimaan pesanan. Formulir pesanan perlu memuat identitas pelanggan, jenis produk, ukuran, jumlah, bahan, warna, finishing, tanggal selesai, harga, uang muka, dan persetujuan desain. Formulir dapat dibuat dalam bentuk kertas maupun digital. Standarisasi ini merupakan tindakan sederhana yang memberi dampak besar karena sebagian masalah bersumber dari informasi yang tidak lengkap atau perbedaan pemahaman.

Strategi kedua adalah membangun sistem pengendalian kualitas yang mudah dijalankan. Daftar pemeriksaan sebelum produksi, contoh cetak untuk pesanan tertentu, pemeriksaan hasil oleh orang kedua, dan dokumentasi produk dapat mengurangi kesalahan. Indikator yang dapat dipantau meliputi jumlah pesanan selesai tepat waktu, jumlah cetak ulang, jumlah keluhan, penyebab keluhan, biaya kerusakan, dan pelanggan yang melakukan pemesanan ulang. Data tersebut membantu pengelola mengambil keputusan berdasarkan pola, bukan hanya ingatan.

Strategi ketiga adalah memperkuat komunikasi pelanggan. Setiap perubahan harga, bahan, atau waktu harus memperoleh persetujuan. Pelanggan perlu diberi informasi ketika pesanan memasuki tahap desain, produksi, finishing, dan selesai, terutama untuk pesanan besar. Komunikasi proaktif mengurangi kecemasan dan mencegah keluhan. Prinsip tabligh menuntut informasi disampaikan secara benar, sedangkan prinsip amanah menuntut janji yang telah disampaikan dipenuhi.

Strategi keempat adalah mengembangkan pemasaran digital yang terhubung dengan pelayanan. Media sosial tidak hanya digunakan untuk promosi, tetapi juga untuk edukasi dan pengelolaan hubungan. Katalog digital, daftar jenis bahan, contoh hasil, panduan mengirim desain, dan nomor layanan yang jelas akan mempercepat proses pemesanan. Namun, kapasitas promosi harus disesuaikan dengan kapasitas produksi. Peningkatan pesanan tanpa kesiapan sistem dapat menghasilkan keterlambatan dan menurunkan kepuasan.

Strategi kelima adalah memperkuat sumber daya manusia melalui pembagian tugas, pelatihan silang, dan evaluasi rutin. Karyawan perlu memahami bahwa kualitas pelayanan tidak hanya menjadi tanggung jawab bagian depan. Operator mesin, desainer, bagian finishing, dan kepala toko sama-sama memengaruhi pengalaman pelanggan. Evaluasi dapat dilakukan setiap minggu dengan membahas pesanan terlambat, kesalahan, keluhan, dan solusi. Pendekatan perbaikan berkelanjutan lebih efektif daripada mencari kesalahan individu tanpa memperbaiki sistem.

Strategi keenam adalah menyusun rencana mitigasi gangguan mesin dan fluktuasi bahan. Jadwal perawatan, kontak teknisi, stok minimum bahan, daftar pemasok alternatif, serta kerja sama dengan percetakan mitra dapat mengurangi risiko penghentian produksi. Kerja sama dengan mitra harus disertai pengawasan kualitas dan perlindungan data pelanggan. Konsumen juga perlu diberi informasi apabila sebagian pekerjaan dialihkan kepada mitra, terutama ketika hal tersebut memengaruhi waktu atau hasil.

Strategi ketujuh adalah memperkuat identitas usaha berbasis nilai Islam melalui tindakan yang konsisten. Identitas tersebut dapat ditunjukkan melalui harga yang jelas, janji yang realistis, perlakuan adil, keterbukaan terhadap keluhan, tanggung jawab terhadap kesalahan, dan penggunaan keuntungan secara bertanggung jawab. Identitas berbasis nilai akan memiliki makna apabila konsumen merasakannya dalam setiap interaksi. Dengan langkah-langkah tersebut, Percetakan Hidup Baru berpeluang meningkatkan kepuasan dan loyalitas sekaligus memperkuat daya saing di tengah perkembangan percetakan digital.

#### **n. Model Peningkatan Kepuasan Konsumen secara Terintegrasi**

Hasil penelitian dapat dirangkum ke dalam model peningkatan kepuasan yang menghubungkan input, proses, keluaran, dan dampak. Input mencakup sumber daya manusia, mesin, bahan baku, informasi desain, modal kerja, pemasok, serta nilai ekonomi Islam yang menjadi dasar perilaku. Proses mencakup konsultasi, pencatatan spesifikasi, persetujuan desain, penjadwalan, produksi, pengendalian mutu, penyerahan, dan penanganan keluhan. Keluaran langsung berupa produk yang sesuai spesifikasi, harga yang jelas, waktu yang tepat, dan pelayanan yang ramah. Dampak akhirnya berupa rasa aman, kepercayaan, kepuasan, pembelian ulang, rekomendasi, dan keberlanjutan usaha.

Keterkaitan antarkomponen tersebut menunjukkan bahwa kepuasan tidak dapat dibebankan hanya kepada karyawan yang berhadapan langsung dengan konsumen. Bagian desain menentukan ketepatan berkas, operator mesin menentukan mutu cetak, bagian finishing menentukan kerapian, kepala toko menentukan koordinasi, dan pimpinan menentukan kebijakan harga serta investasi. Apabila satu bagian gagal, pelanggan tetap menilai kegagalan tersebut sebagai kegagalan usaha. Oleh karena itu, pendekatan proses lebih tepat daripada pendekatan individu dalam memperbaiki pelayanan.

Model terintegrasi juga menempatkan informasi sebagai penghubung utama. Informasi dari konsumen harus diterjemahkan menjadi spesifikasi produksi; informasi dari produksi harus diterjemahkan menjadi status pesanan; sedangkan informasi dari keluhan harus diterjemahkan menjadi perbaikan proses. Banyak kesalahan dapat dicegah apabila informasi dicatat, dikonfirmasi, dan dapat ditelusuri. Penggunaan formulir pesanan dan persetujuan desain merupakan sarana untuk menjaga kesinambungan informasi dari awal sampai akhir.

Kepercayaan terbentuk ketika terdapat kesesuaian antara ucapan dan tindakan. Konsumen yang menerima penjelasan realistis, harga yang tidak berubah tanpa persetujuan, dan produk sesuai janji akan menilai usaha sebagai dapat dipercaya. Sebaliknya, promosi yang menarik tidak dapat mempertahankan pelanggan apabila pengalaman aktual berbeda. Karena itu, setiap pesan pemasaran harus terhubung dengan kemampuan produksi. Kejujuran dalam promosi merupakan bagian dari shiddiq, sedangkan kemampuan memenuhi janji merupakan bagian dari amanah.

Model tersebut juga menempatkan pemulihan layanan sebagai bagian normal dari manajemen, bukan tindakan darurat. Kesalahan tidak selalu dapat dihilangkan sepenuhnya karena proses melibatkan manusia, mesin, bahan, dan informasi. Yang membedakan usaha terpercaya adalah kemampuan mendeteksi, mengakui, memperbaiki, dan belajar dari kesalahan. Pemulihan yang cepat dapat mengurangi kerugian konsumen dan mencegah penyebaran pengalaman negatif. Namun, pemulihan harus diikuti tindakan pencegahan agar masalah yang sama tidak berulang.

Pada tingkat hubungan, kepuasan perlu dikembangkan menjadi keterikatan melalui pengalaman yang konsisten. Konsumen yang telah beberapa kali memesan perlu memperoleh kemudahan berupa penyimpanan desain, riwayat spesifikasi, dan komunikasi yang lebih efisien. Kemudahan tersebut bukan perlakuan tidak adil, melainkan bentuk pelayanan berdasarkan riwayat kebutuhan. Pelanggan baru tetap memperoleh informasi dan kualitas yang sama, sedangkan pelanggan lama memperoleh manfaat dari data yang telah tersedia.

Pada tingkat keberlanjutan, model peningkatan kepuasan perlu menghasilkan kemampuan usaha berinvestasi kembali. Keuntungan yang sehat memungkinkan penggantian mesin, pembelian bahan berkualitas, pelatihan karyawan, dan pengembangan layanan. Apabila harga ditetapkan terlalu rendah hanya untuk menarik pelanggan, usaha dapat kehilangan kemampuan menjaga kualitas. Sebaliknya, harga yang terlalu tinggi tanpa nilai tambahan akan menurunkan daya saing. Keseimbangan ini menjadi bagian dari keadilan dan kemaslahatan dalam ekonomi Islam.

#### **o. Pengukuran Kinerja dan Tahapan Perbaikan Berkelanjutan**

Agar rekomendasi dapat dilaksanakan, Percetakan Hidup Baru memerlukan indikator kinerja yang sederhana dan mudah dicatat. Indikator pertama adalah ketepatan waktu, yaitu perbandingan jumlah pesanan yang selesai sesuai janji dengan seluruh pesanan. Indikator kedua adalah tingkat cetak ulang akibat kesalahan internal. Indikator ketiga adalah jumlah keluhan berdasarkan jenisnya. Indikator keempat adalah pelanggan yang melakukan pemesanan

ulang. Indikator kelima adalah rata-rata waktu respons terhadap pertanyaan dan keluhan. Indikator tersebut dapat dicatat setiap bulan tanpa memerlukan sistem yang rumit.

Pengukuran tidak bertujuan menghukum karyawan, tetapi menemukan pola. Apabila keterlambatan meningkat pada periode tertentu, pengelola dapat memeriksa apakah penyebabnya berasal dari lonjakan pesanan, kerusakan mesin, kekurangan bahan, atau pembagian tugas. Apabila cetak ulang didominasi kesalahan desain, maka perbaikan diarahkan pada persetujuan berkas dan pelatihan desain. Apabila keluhan didominasi perbedaan warna, maka diperlukan penjelasan toleransi warna, kalibrasi, dan contoh cetak. Pendekatan berbasis penyebab akan menghasilkan tindakan yang lebih tepat.

Tahap pertama perbaikan dapat dilakukan dalam satu sampai tiga bulan dengan fokus pada kegiatan berbiaya rendah: membuat formulir pesanan, daftar pemeriksaan sebelum cetak, papan jadwal produksi, daftar harga dasar, dan buku keluhan. Pada tahap ini, seluruh karyawan perlu memahami cara menggunakan dokumen tersebut. Pengelola mengevaluasi apakah pencatatan mengurangi kesalahan dan mempercepat komunikasi. Formulir harus disederhanakan apabila terlalu sulit digunakan.

Tahap kedua dapat dilakukan dalam tiga sampai enam bulan dengan fokus pada digitalisasi dasar. Data pelanggan dan pesanan dapat disimpan dalam lembar kerja atau aplikasi sederhana. Katalog produk dan contoh bahan disusun secara digital. Berkas desain diberi nama yang seragam dan dicadangkan. Status pesanan dapat dikomunikasikan melalui pesan yang telah disiapkan. Tahap ini bertujuan meningkatkan keteraturan, bukan mengganti seluruh proses secara mendadak.

Tahap ketiga dapat dilakukan setelah proses dasar stabil, yaitu memperkuat pemasaran, hubungan pelanggan, dan kerja sama pemasok. Usaha dapat mengidentifikasi produk yang paling menguntungkan, periode permintaan tinggi, pelanggan rutin, serta bahan yang sering mengalami kenaikan harga. Informasi tersebut menjadi dasar keputusan investasi dan promosi. Pemasaran difokuskan pada kemampuan yang benar-benar menjadi keunggulan, misalnya ketepatan waktu, konsultasi, kualitas tertentu, atau pelayanan berbasis nilai Islam.

Evaluasi kepuasan dapat dilakukan melalui pertanyaan singkat setelah pesanan selesai. Konsumen diminta menilai kesesuaian produk, ketepatan waktu, kejelasan harga, keramahan pelayanan, dan kesiediaan memesan kembali. Ruang komentar terbuka memberi kesempatan menyampaikan hal yang tidak tercakup dalam pertanyaan. Hasil tidak harus dianalisis dengan metode statistik yang rumit; perbandingan antarbualan sudah dapat menunjukkan apakah perbaikan menghasilkan perubahan.

Perbaikan berkelanjutan memerlukan keterlibatan pimpinan. Kebijakan tidak akan berjalan apabila pimpinan tetap menerima pesanan tanpa spesifikasi lengkap atau menjanjikan waktu di luar kapasitas. Pimpinan perlu menjadi contoh dalam menjaga kejujuran, kedisiplinan, dan tanggung jawab. Konsistensi pimpinan akan memudahkan karyawan mengikuti standar. Sebaliknya, aturan yang sering diabaikan akan dianggap tidak penting.

Dalam perspektif ekonomi Islam, pengukuran kinerja dapat dipahami sebagai bentuk muhasabah organisasi. Usaha menilai apakah amanah telah dijalankan, apakah hak konsumen telah dipenuhi, dan apakah sumber daya digunakan secara efisien. Muhasabah tidak berhenti pada pengakuan kekurangan, tetapi dilanjutkan dengan perbaikan. Dengan demikian, pengendalian manajemen dan nilai spiritual saling mendukung untuk menghasilkan pelayanan yang lebih konsisten, adil, dan bermanfaat.

#### 4. Kesimpulan

Manajemen usaha percetakan di Percetakan Hidup Baru Palembang telah menerapkan prinsip-prinsip ekonomi Islam, khususnya nilai amanah dan keadilan dalam setiap transaksi, yang tercermin dari komitmen menjaga kualitas produk sesuai spesifikasi konsumen serta transparansi harga tanpa unsur ketidakpastian (gharar). Pengelolaan usaha ini juga telah mencakup fungsi dasar manajemen, yaitu perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan, yang terlihat dari pelayanan yang komprehensif melalui konsultasi awal kepada konsumen. Kepuasan konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor utama seperti kualitas produk, ketepatan waktu pengerjaan, dan pelayanan yang baik, didukung oleh penggunaan bahan baku berkualitas serta teknologi mesin yang memadai. Selain itu, harga yang transparan dan terjangkau serta komunikasi yang baik mampu menciptakan hubungan harmonis yang mendorong loyalitas pelanggan. Penerapan manajemen berbasis ekonomi Islam tidak hanya menjawab tantangan operasional, tetapi juga memberikan manfaat duniawi dan ukhrawi bagi seluruh pihak yang terlibat. Berdasarkan analisis SWOT, kekuatan internal seperti sumber daya manusia yang religius dapat dimanfaatkan untuk menghadapi persaingan eksternal, sehingga secara keseluruhan manajemen usaha ini terbukti mampu meningkatkan kepuasan konsumen sekaligus mendukung keberlanjutan usaha dalam jangka panjang melalui prinsip maslahah.

#### Referensi

1. Adi. 2026. Wawancara di Kota Palembang pada hari Rabu, 25 Februari 2026 pukul 12.45 WIB.
2. Akbar. 2026. Wawancara di Kota Palembang pada hari Rabu, 25 Februari 2026 pukul 12.00 WIB.
3. "Konsep, Sejarah, dan Perkembangan Manajemen Pendidikan." 2020. *Jurnal Dinamika Pendidikan* 13(1). <https://doi.org/10.33541/jdp.v13i1>

4. Kurniawan, Ula, dan Setyawan. "Pengaruh Zakat Produktif, Manajemen Usaha, dan Pendampingan terhadap Perkembangan Usaha Mikro Mustahik di LAZNAS LMI Unit Layanan Blitar."
5. Ningtiyas. "Analisis Pengelolaan Usaha Percetakan untuk Meningkatkan Kepuasan Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam."
6. Saputri, dan Shifa. "Konsep Pemasaran dalam Perspektif Ekonomi Islam."
7. Sari, Kosim, dan Arif. "Pengaruh Etika Pemasaran Islam terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah."
8. Sari, Kosim, dan Arif. "Pengaruh Etika Pemasaran Islam terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah."
9. Syamsuddin. 2023. "Manajemen." *Idaarrah* 1: 8–41.
10. Syukur. 2026. Wawancara di Kota Palembang pada hari Rabu, 25 Februari 2026 pukul 12.20 WIB.
11. Yunus. 2026. Wawancara di Kota Palembang pada hari Rabu, 25 Februari 2026 pukul 11.25 WIB.
12. Yunus. 2026. Wawancara di Kota Palembang pada hari Rabu, 25 Februari 2026 pukul 11.45 WIB.
13. Ahmed, S., Mohiuddin, M., Rahman, M., Tarique, K. M., & Azim, M. (2022). The impact of Islamic Shariah compliance on customer satisfaction in Islamic banking services: Mediating role of service quality. *Journal of Islamic Marketing*, 13(9), 1829–1842. <https://doi.org/10.1108/JIMA-11-2020-0346>
14. Alfari, M. (2023). Interaction of customer satisfaction and digital service retention: Evidence of PLS from Indonesian Islamic banking. *International Journal of Islamic Economics and Finance*, 6(1), 151–180. <https://doi.org/10.18196/ijief.v6i1.16824>
15. Fianto, B. A., Rahmawati, C. K., & Supriani, I. (2021). Mobile banking services quality and its impact on customer satisfaction of Indonesian Islamic banks. *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam*, 7(1), 59–76. <https://doi.org/10.20885/jeki.vol7.iss1.art5>
16. Hastuti, S. K. W., Baginda, N. C., & Aprianda, S. (2022). A qualitative study: Hospital patient complaint management. *Jurnal Administrasi Kesehatan Indonesia*, 10(1), 31–40. <https://doi.org/10.20473/jaki.v10i1.2022.31-40>
17. Jannati, M., & Nurhidayati, M. (2022). The effect of application of Islamic business ethics and Islamic service quality on customer satisfaction of Bank Syariah Indonesia Madiun Branch Offices. *Proceeding of Annual International Conference on Islamic Economics*, 1. <https://doi.org/10.21154/aicie.v1i0.679>
18. Kamarudin, A. A., & Kassim, S. (2021). An analysis of customer satisfaction on employee professionalism: A comparison between Islamic and conventional banks in Malaysia. *Journal of Islamic Marketing*, 12(9), 1854–1871. <https://doi.org/10.1108/JIMA-03-2020-0063>
19. Muafi, M., Sanusi, Z. M., & Roostika, R. (2023). Digital skills, digital entrepreneurship, job satisfaction, and sustainable performance of MSMEs: A survey on MSMEs in Indonesia. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 18(2), 465–473. <https://doi.org/10.18280/ijstdp.180215>
20. Putra, W. P., Hendayani, R., & Hidayah, R. T. (2023). IPMA's analysis on factors affecting inDrive Indonesia's customer loyalty. *International Journal of Professional Business Review*, 8(6), e02320. <https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i6.2320>
21. Saprudin, E., & Al-Banna, H. (2022). The effect of service quality, personal selling, and complaint handling on customer retention of sharia bank customers with customer satisfaction as intervening variable. *Bulletin of Islamic Economics*, 1(2). <https://doi.org/10.14421/bie.2022.012-03>
22. Setiawan, H., Ridho, S. L. Z., Saputra, A. R., & Munandar, R. H. (2023). Sikap pengunjung sebagai mediasi antara citra destinasi, persepsi nilai, kualitas layanan, dan loyalitas pengunjung wisata pantai. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 7(6), 1364–1377. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v7i6.24120>
23. Susilo, A., Abdullah, N. I., & Che Embi, N. A. (2022). Islamic business ethics as customer retention factors in Islamic bank: An exploratory factor analysis. *Iqtishodia: Jurnal Ekonomi Syariah*, 7(2), 1–10. <https://doi.org/10.35897/iqtishodia.v7i2.845>
24. Tambunan, T. T. H. (2022). Digital transformation in MSEs: A story from Indonesia. *Journal of Economics, Finance and Management Studies*, 5(7). <https://doi.org/10.47191/jefms/v5-i7-04>
25. Tridalestari, F. A., & Prasetyo, H. N. (2023). The effect of information technology and entrepreneurship on the e-services quality that have an impact on customer value: Evidence from Indonesia SMEs. *Applied Computer Science*, 19(4), 103–120. <https://doi.org/10.35784/acs-2023-38>
26. Umar, R. M., & Saleem, S. (2022). Employee emotional competence and service recovery satisfaction: The mediating role of consumer forgiveness. *British Food Journal*, 124(13), 445–459. <https://doi.org/10.1108/BFJ-04-2022-0386>
27. Yacob, S., Johannes, J., Edward, E., Sulistiyo, U., & Mukminin, A. (2023). An investigation of the internet generation customer loyalty: An empirical study in Indonesia mobile services. *Business: Theory and Practice*, 24(1), 271–281. <https://doi.org/10.3846/btp.2023.17324>