

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

TINJAUAN TEORITIS

A. Kualitas Pelayanan

1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Pengertian kualitas di dalam Kamus Lengkap Bahasa Indonesia adalah taraf atau derajat dari kecerdasan, kepandaian, dan sebagainya.⁴⁸ Menurut Susatyo Herlambang, kualitas dapat berarti suatu cara sederhana untuk meraih tujuan yang diinginkan, dengan cara yang paling efisien dan efektif, dengan penekanan untuk memuaskan pembeli atau konsumen (nasabah). Kualitas tidak harus berupa layanan atau barang-barang yang mahal. Namun, kualitas merupakan sebuah produk atau layanan yang memadai, mudah dijangkau, efisien, efektif, dan aman sehingga harus terus-menerus dievaluasi dan ditingkatkan.⁴⁹

Menurut Freddy Rangkuti, pelayanan adalah upaya untuk memenuhi harapan pelanggan dan sikap yang dapat mengakibatkan rasa puas.⁵⁰ Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada konsumen, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki.⁵¹ Menurut Yolanda M. Siagian,

⁴⁸ Hoetomo, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, (Surabaya: Mitra Pelajar, 2005), h. 346.

⁴⁹ Susatyo Herlambang, *Manajemen Pelayanan Kesehatan Rumah Sakit*, (Yogyakarta: Gosyen Publishing, 2016), h.71-72.

⁵⁰ Freddy Rangkuti, *Customer Service Satisfaction & Call Center*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2013), h. 6.

⁵¹ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Jakarta: Alfabeta, 2010), h. 211.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pelayanan dapat disebut juga sebagai proses pemenuhan kebutuhan, yaitu proses untuk memenuhi permintaan konsumen secara keseluruhan.⁵²

Kualitas pelayanan adalah perbandingan antara kenyataan dan harapan konsumen, jika kenyataan yang diterima lebih dari yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan bermutu, sebaliknya jika kenyataan kurang dari yang diharapkan, maka layanan dikatakan tidak bermutu.⁵³ Menurut Donabedian (1980) kualitas pelayanan adalah suatu pelayanan yang diharapkan untuk memaksimalkan suatu ukuran yang inklusif dari kesejahteraan konsumen.⁵⁴

Jadi kualitas pelayanan adalah cara melayani, membantu menyiapkan, mengurus, menyelesaikan keperluan dan kebutuhan konsumen secara individu maupun berkelompok yang sesuai dengan harapan atau melebihi harapan konsumen.

Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan konsumen dan berakhir pada persepsi konsumen. Hal ini berarti bahwa citra kualitas yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi pihak penyedia jasa, melainkan berdasarkan sudut pandang dan persepsi konsumen.

Jika pelayanan yang diterima melebihi harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas pelayanan yang baik atau ideal. Tapi jika pelayanan yang diterima lebih rendah dari pada harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk. Dengan

⁵² Yolanda M. Siagian, *Aplikasi Supply Chain Management Dalam Dunia Bisnis*, (Jakarta: PT Grasindo, 2005), h. 64.

⁵³ M. Nur Rianto Al Arif, *Op.Cit.*, h. 213.

⁵⁴ Susatyo Herlambang, *Op.Cit.*, h. 72.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

demikian baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan-kemampuan penyediaan layanan dalam memenuhi harapan konsumennya secara konsisten.

2. Tujuan Kualitas Pelayanan

Dalam memberikan sebuah pelayanan kepada konsumen, tentu sebuah perusahaan mempunyai tujuan dari pemberian pelayanan tersebut.

Tujuan pelayanan yang berkualitas adalah sebagai berikut⁵⁵ :

- a. Untuk menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan.
- b. Untuk menghindari terjadinya tuntutan-tuntutan dari konsumen.
- c. Untuk menciptakan kepercayaan dan kepuasan konsumen.
- d. Untuk menjaga agar konsumen merasa diperhatikan segala kebutuhannya.
- e. Untuk mempertahankan konsumen.

Pelayanan konsumen yang maksimal dan baik menunjukkan seberapa besar atau seberapa bagus kualitas dan mutu tersebut di mata konsumen. Pelayanan yang baik dan tanggap akan memberikan nilai positif atau memberikan citra yang bagus di mata konsumen. Apalagi jika setiap konsumen ditangani dengan prima dan bagus.

⁵⁵ *Ibid.* h. 13.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Dimensi Kualitas Pelayanan

Ada lima dimensi kualitas pelayanan yang dikembangkan oleh Zeithalm dan Parasuraman, sering disingkat dengan dimensi RATER, yaitu⁵⁶:

- a. *Reliability* (kehandalan), yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang ditawarkan. Penilaian kualitas pelayanan dilihat dari kemampuan perusahaan yang berkaitan dengan ketepatan pelayanan frontliner untuk memenuhi keinginan dan harapan nasabah.
- b. *Assurance* (jaminan), meliputi kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, jaminan keselamatan, keterampilan dalam memberikan keamanan di dalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan.
- c. *Tangibles* (tampilan/bukti fisik), adalah wujud kenyataan secara fisik yang meliputi penampilan dan kelengkapan fasilitas fisik seperti, gedung, tersedianya tempat parkir, kebersihan, kerapihan, dan kenyamanan ruangan tunggu maupun ruangan lainnya, kelengkapan peralatan komunikasi, dan penampilan setiap pegawai.
- d. *Empathy* (empati), yaitu perhatian secara individual yang diberikan perusahaan terhadap konsumen dan keluarganya seperti kemudahan untuk menghubungi, kemampuan untuk berkomunikasi, perhatian yang

⁵⁶ *Ibid.* h. 81.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tinggi dari petugas, kemudahan dalam mencapai lokasi, kemudahan dalam bertransaksi, dan mengurus administrasi.

- e. *Responsiveness* (ketanggapan dan kepedulian), yaitu respons atau kesigapan karyawan dalam membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap, yaitu meliputi kesigapan karyawan dalam melayani konsumen, kecepatan karyawan dalam menangani transaksi, dan penanganan keluhan konsumen.

Agar pelayanan terhadap konsumen berjalan dengan lancar, maka sebuah perusahaan harus memperlihatkan fasilitas yang menunjang aktivitas pelayanan seperti ruang tunggu, toilet, tempat parkir dan sebagainya. Tidak hanya memperlihatkan fasilitas yang menunjang, sebuah perusahaan juga harus memiliki karyawan yang berkualitas dan professional untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang dimilikinya.

B. Konsumen

1. Pengertian Konsumen

Konsumen ialah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.⁵⁷

Menurut M. Nur Nasution, konsumen adalah semua orang yang menuntut

⁵⁷ Direktorat Perlindungan Konsumen Republik Indonesia, UU Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kita atau perusahaan untuk memenuhi suatu standar kualitas tertentu, dan karena itu akan memberikan pengaruh pada performa di perusahaan.⁵⁸

Manajemen perusahaan L.L. Bean, Freeport Maine, memberikan beberapa defenisi tentang konsumen, yaitu sebagai berikut⁵⁹ :

- a. Konsumen adalah orang yang tidak tergantung pada kita, tetapi kita yang tergantung padanya.
- b. Konsumen adalah orang yang membawa kita kepada keinginannya.
- c. Tidak ada seorang pun yang pernah menang baradu argumentasi dengan konsumen.
- d. Konsumen adalah orang yang teramat penting yang harus dipuaskan.

Kemampuan memberikan pelayanan secara professional merupakan tuntutan yang tidak dapat ditawar lagi mengingat konsumen dalam hal ini selalu berada pada posisi yang dirugikan, hal tersebut diperkuat dengan telah diberlakukannya Undang-undang No. 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, yang pada dasarnya mengatur hak-hak konsumen, dimana konsumen harus diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur, tidak diskrimatif, serta untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakannya. Sehingga dengan demikian tidak ada alternatif lain bagi perusahaan yang bergerak

⁵⁸ M. Nur Nasution, *Manajemen Terpadu*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2005), Cet. ke-2, h. 45.

⁵⁹ *Ibid.* h. 46.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pada bidang pelayanan untuk berupaya memperbaiki tingkat pelayanannya yang lebih baik kepada konsumennya.⁶⁰

2. Perilaku Konsumen

Schiffman dan Kanuk (1994) mendefinisikan perilaku konsumen sebagai perilaku yang diperlihatkan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka.⁶¹

Beberapa definisi perilaku konsumen menurut para ahli yaitu⁶² :

- a. Proses pengambilan keputusan dan aktivitas fisik dalam mengevaluasi, memperoleh, menggunakan dan menghabiskan barang atau jasa (Loudon dan Della-Bitta, 1984).
- b. Perilaku yang ditunjukkan oleh orang-orang dalam merencanakan, membeli dan menggunakan barang-barang ekonomi dan jasa (Winardi, 1991).
- c. Perilaku yang mengaitkan dengan “*preferences*” dan “*possibilities*” (Deaton dan Muellbauer, 1986).
- d. Perilaku konsumen merupakan pengkajian dari perilaku manusia sehari-hari (Mullen dan Johnson, 1990).

Dari beberapa definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen adalah semua kegiatan, tindakan, serta proses psikologis yang

⁶⁰ Bahrul Kirom, *Mengukur Kinerja Pelayanan dan Kepuasan Konsumen*, (Bandung: Pustaka Reka Cipta, 2015), Cet. 4, h.27-28.

⁶¹ Ujang Sumarwan, *Perilaku Komsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, (Bogor Selatan: Ghalia Indonesia, 2004), Cet. ke-2, h. 25.

⁶² *Ibid.*

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mendorong tindakan tersebut pada saat sebelum membeli, ketika membeli, menggunakan, dan menghabiskan produk ataupun jasa.

Perilaku konsumen dalam mengambil keputusan membeli barang atau jasa melalui satu proses tertentu yang terdiri dari lima tahap, yaitu⁶³ :

- a. Pengenalan kebutuhan. Proses pengambilan keputusan konsumen membeli produk tertentu, buatan perusahaan tertentu, atau merek dagang tertentu, dimulai sejak mereka merasakan suatu kebutuhan tertentu yang belum terpenuhi. Rasa membutuhkan tersebut dapat terangsang menjadi dorongan membeli produk apabila mendapat pengaruh dari dalam maupun dari luar diri konsumen.
- b. Pencarian alternatif informasi. Intensitas upaya konsumen mencari informasi tentang produk yang mereka butuhkan ditentukan barbagai macam sebab, antara lain mendesaknya kebutuhan dan nilai produk yang dibutuhkan. Secara umum konsumen memiliki lima sumber informasi tentang produk yang ingin mereka beli, yaitu informasi internal, informasi kelompok, informasi komersial atau pemasaran, informasi publik, informasi dari pengalaman.
- c. Penilaian berbagai macam informasi yang terkumpul. Konsumen mempergunakan informasi produk yang berhasil mereka kumpulkan sebagai bahan pertimbangan untuk melakukan pilihan pada suatu produk atau jasa.

⁶³ Freddy Rangkuti, *Op.Cit.*, h. 51-53.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- d. Keputusan membeli. Apabila tidak ada faktor-faktor lain yang mempengaruhinya, konsumen akan membeli produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka. Akan tetapi apabila pada saat konsumen memutuskan melakukan pembelian timbul faktor-faktor yang menghambat keputusan pembelian, maka faktor-faktor tersebut akan menjadi bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan pembelian.
- e. Evaluasi setelah membeli. Pengalaman konsumen mengonsumsi produk mempunyai pengaruh dalam pengambilan keputusan membeli lagi produk yang sama pada saat mereka membutuhkan lagi. Kesiediaan konsumen membeli kembali produk merupakan salah satu sarana yang diperlukan perusahaan untuk mempertahankan kegiatan bisnisnya.

C. Kepuasan Konsumen

1. Pengertian Kepuasan Konsumen

Pada dasarnya, kepuasan konsumen dapat didefinisikan secara sederhana sebagai suatu keadaan di mana kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi.⁶⁴

Pada hal ini kepuasan konsumen yang bertindak sebagai nasabah dapat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Pentingnya kepuasan konsumen untuk memenangkan persaingan dapat melalui penyampaian produk dan jasa oleh pihak bank.

⁶⁴ M. N. Nasution, *Op.Cit.*, h. 48.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kepuasan adalah perasaan senang seseorang yang muncul setelah menggunakan produk dimana produk tersebut telah sesuai dengan kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan. Kepuasan nasabah adalah persepsi nasabah bahwa harapannya telah terpenuhi, diperoleh hasil yang optimal bagi setiap nasabah dan pelayanan perbankan dengan memperhatikan kemampuan nasabah dan keluarganya, perhatian terhadap keluarganya, perhatian terhadap kebutuhan nasabah sehingga kesinambungan yang sebaik-baiknya antara puas dan hasil.⁶⁵

Kepuasan konsumen juga dapat diartikan sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Beberapa pengertian kepuasan konsumen menurut para ahli⁶⁶ :

- a. Respons atau tanggapan konsumen mengenai pemenuhan kebutuhan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi, (Zeithaml dan Bitner).
- b. Kepuasan konsumen adalah sejauh mana anggapan kinerja produk memenuhi harapan pembeli. Bila kinerja produk lebih tinggi ketimbang harapan pelanggan, maka pembelinya merasa puas atau amat gembira, (Kotler dan Armstrong).

⁶⁵ Fandy Tjiptono, *Loc. Cit*

⁶⁶ Freddy Rangkuti, *Op.Cit.*, h. 7-8.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c. Keadaan emosional, reaksi pascapembelian dapat berupa kemarahan, ketidakpuasan, kejengkelan, kegembiraan, atau kesenangan. Perasaan pelanggan terhadap satu jenis pelayanan yang didapatkannya, (Pasuraman)
- d. Kepuasan pelanggan merupakan perasaan seseorang terhadap kinerja suatu produk atau jasa yang dibandingkan dengan harapannya, (Schiffman).
- e. Kepuasan adalah konsep yang jauh lebih luas dari hanya sekedar penilaian kualitas pelayanan, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor-faktor lain, (Ziethaml).

Setelah mengkonsumsi suatu jasa, konsumen akan memiliki perasaan puas atau tidak puas terhadap produk atau jasa yang dikonsumsinya. Kepuasan akan mendorong konsumen membeli dan mengkonsumsi ulang jasa tersebut. Sebaliknya perasaan yang tidak puas akan menyebabkan konsumen kecewa dan menghentikan pembelian kembali dan mengkonsumsi jasa tersebut.

Dimana saat ini faktor yang berperan penting terhadap kepuasan nasabah adalah faktor emosional atau perasaan nasabah itu sendiri setelah menerima atau mendapat pelayanan dari pihak tertentu. Hal ini mencakup 5 (lima) dimensi yaitu:

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. Perasaan Seneng

Perasaan senang merupakan ekspresi dari seseorang ketika menerima atau mendapatkan sesuatu yang diharapkannya dan sesuai dengan keinginannya.

b. Penggunaan Produk

Hal ini lebih kepada jasa atau produk yang ditawarkan kepada konsumen. Berupa hal yang diberikan perusahaan untuk dikonsumsi atau pun jasa yang diberikan perusahaan untuk konsumen.

c. Kesesuaian Dengan Kebutuhan

Hal ini merupakan sesuatu yang di butuhkan atau yang di perlukan konsumen untuk memenuhi kebutuhannya terhadap perusahaan yang memberikannya jasa atau produk yang sudah ia gunakan.

d. Kesesuaian Dengan Keinginan

Merupakan keinginan atas kebutuhan dari suatu pihak yang bersangkutan yang sesuai dengan perspektif konsumen tersebut atau sesuai dengan keinginannya.

e. Kesesuaian Dengan Harapan

Merupakan harapan konsumen yang ditujukan untuk pihak yang bersangkutan atas kebutuhannya terhadap apa yang diberikan oleh pihak tersebut.

Teori yang menjelaskan bagaimana kepuasan atau ketidakpuasan konsumen terbentuk adalah *the expectancy disconfirmation model*, yang mengemukakan bahwa kepuasan dan ketidakpuasan konsumen merupakan

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dampak dari perbandingan antara harapan konsumen sebelum pembelian dengan yang sesungguhnya diperoleh konsumen dari produk yang dibeli tersebut.⁶⁷ Dan adapun faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan adalah kebutuhan konsumen, harapan-harapan terselubung, pelayanan khusus, sentuhan emosional, dan zona toleransi.⁶⁸

2. Dampak dari Kepuasan Konsumen

Konsumen yang puas terhadap pelayanan produk akan memberikan dampak yang positif bagi afek penjualan secara langsung, karena konsumen tersebut secara sukarela akan menjadi alat promosi yang sangat ampuh dan memberikan rekomendasi kepada konsumen lain untuk membeli produk pada suatu perusahaan.

Jika ada satu saja konsumen yang merasa tidak puas terhadap suatu produk tertentu, konsumen ini akan menyebarkan ketidakpuasannya kepada orang-orang terdekatnya sebanyak 30 calon konsumen. Sementara itu, jika seorang konsumen merasa puas atas suatu produk tertentu, ia hanya akan menyampaikan kepuasannya ke orang lain dengan jumlah yang lebih sedikit.⁶⁹

Kepuasan konsumen terhadap suatu perusahaan akan berimbas sangat luas bagi peningkatan keuntungan perusahaan tersebut. Atau

⁶⁷ Ujang Sumarwan, *Op.Cit.*, h. 321.

⁶⁸ Titik Wijayanti, *Marketing Plan! Dalam Bisnis*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2012), h. 179.

⁶⁹ *Ibid.* h. 63.



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dengan kata lain, apabila konsumen puas terhadap pembelian jasa pada suatu perusahaan, maka konsumen tersebut akan⁷⁰ :

- a. Loyal kepada perusahaan, artinya kecil kemungkinan konsumen untuk pindah ke perusahaan lain dan akan tetap setia menjadi konsumen perusahaan yang bersangkutan.
- b. Mengulang kembali pembelian produknya, artinya kepuasan terhadap pembelian jasa suatu perusahaan akan menyebabkan konsumen membeli kembali terhadap jasa yang ditawarkan secara berulang-ulang.
- c. Membeli produk lain dalam perusahaan yang sama, dalam hal ini konsumen akan memperluas pembelian jenis jasa yang ditawarkan sehingga pembelian konsumen makin beragam dalam suatu perusahaan.
- d. Memberikan promosi gratis dari mulut ke mulut, hal inilah yang menjadi keinginan setiap perusahaan karena pembicaraan tentang kualitas pelayanan suatu perusahaan ke konsumen lain akan menjadi bukti akan kualitas jasa yang ditawarkan.

3. Pengukuran Kepuasan Konsumen

Pada banyak perusahaan di dunia, tingkat pelayanan yang membuat konsumen merasa puas adalah pelayanan yang berpihak kepada konsumen. Jika pelayanan yang diberikan berpihak kepada konsumen, maka konsumen akan merasa bahwa kepentingannya diperhatikan.⁷¹

Agar sebuah perusahaan tahu bahwa konsumen puas atau tidak puas, perlu adanya alat ukur untuk menentukan kepuasan konsumen. Dalam

⁷⁰ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2010), Cet. ke-9, h.238.

⁷¹ Bahrul Kirom, *Op.Cit.*, h. 13.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menentukan seberapa besar kepuasan konsumen terhadap suatu perusahaan dapat dilakukan dengan berbagai cara.

Menurut Kotler pengukuran kepuasan pelanggan dapat dilakukan melalui empat sarana, yaitu sebagai berikut⁷² :

a. System keluhan dan usulan

Artinya, seberapa banyak keluhan dan komplain yang dilakukan konsumen dalam suatu periode. Makin banyak, berarti makin kurang baik demikian pula sebaliknya. Untuk itu perlu adanya sistem keluhan dan usulan.

b. Survey kepuasan konsumen

Dalam hal ini perusahaan perlu secara berkala melakukan survei, baik melalui wawancara maupun kuisioner tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan perusahaan tempat konsumen melakukan transaksi selama ini. Untuk itu perlu adanya survei kepuasan konsumen.

c. Konsumen samaran

Perusahaan dapat mengirim karyawannya atau melalui orang lain untuk berpura-pura menjadi konsumen guna melihat pelayanan yang diberikan oleh karyawan perusahaan secara langsung sehingga terlihat jelas bagaimana karyawan melayani konsumen sesungguhnya.

⁷² Kasmir, *Op.Cit.*, h. 240.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

d. Analisis mantan pelanggan

Dengan melihat catatan konsumen yang pernah menjadi konsumen perusahaan guna mengetahui sebab-sebab mereka tidak lagi menjadi konsumen perusahaan yang bersangkutan.

Sementara itu, menurut Richard F. Gerson untuk melakukan pengukuran kepuasan konsumen dapat dilakukan dengan cara⁷³ :

- a. Mempelajari persepsi pelanggan terhadap jasa yang ditawarkan.
- b. Menentukan kebutuhan, keinginan, persyaratan, dan harapan konsumen.
- c. Menutup segala kesenjangan yang ada.
- d. Memeriksa apakah peningkatan mutu pelayanan dan kepuasan konsumen sesuai harapan atau tidak.
- e. Dengan mengukur peningkatan kinerja apakah membawa peningkatan laba.
- f. Mempelajari bagaimana akan melakukan sesuatu dan apa yang harus dilakukan kemudian.
- g. Menerapkan proses perbaikan yang berkesinambungan secara terus menerus.

⁷³ *Ibid.* h.240-241

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

D. Kualitas Pelayanan Frontliner dan Kaitannya dengan Kepuasan Konsumen

Peningkatan kualitas merupakan salah satu strategi bisnis yang ditekankan pada pemenuhan keinginan konsumen yang akan berdampak pada peningkatan jumlah konsumen.

Ada beberapa pengukuran kualitas pelayanan diantaranya sebagai berikut⁷⁴ :

1. Reliabilitas, kualitas pelayanan diukur dari konsistensi dari *performance* atau penampilan secara fisik yang meyakinkan dan dapat dipercaya. Reliabilitas dibuktikan dengan penampilan dan cara berpakaian yang bersih dan rapi, lengkap dengan identitas, dan penampilan percaya diri petugas serta keramahmatan, kesopanan, dan menghormati nasabah.
2. Tanggap, kualitas pelayanan diukur dari ketanggapan, kemauan, kesiapan, dan kecepatan petugas dalam memberikan pelayanan. Hal ini juga menyangkut ketepatan dari pelayanan. Ketanggapan petugas atau karyawan dibuktikan dengan waktu pelayanan efektif dan kepuasan nasabah dalam pemenuhan kebutuhannya.
3. Kompetensi, kualitas pelayanan diukur dari kompetensi tenaga Frontliner yang bermakna memiliki keahlian dan pengetahuan yang dibutuhkan untuk memberikan pelayanan, pelatihan yang pernah diikuti, pengakuan dari suatu profesi, asosiasi, atau institusi yang berwenang dan memiliki kredibilitas.

⁷⁴ *Ibid.* h. 80-81.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. *Accessibility*, kualitas pelayanan diukur dari kemudahan nasabah untuk mendapatkan pelayanan dan dapat menghubungi petugas dengan mudah, *accessibility* dapat diukur dengan menghitung waktu dalam mendapatkan pelayanan dan kemudahan dalam mendapatkannya.
5. Etika petugas seperti kesopanan, rasa hormat, kesungguhan, keramahtamahan dari penyedia jasa.
6. Komunikasi berarti menjaga agar tiap pelanggan mendapat informasi sesuai dengan bahasa yang mereka pahami dan mendengarkan keinginan mereka.
7. Kredibilitas menyangkut hal yang dapat dipercaya, kejujuran penyedia pelayanan Frontliner.
8. Keamanan adalah bebas dari bahaya, resiko, ataupun keraguan
9. Kelengkapan fasilitas pelayanan dan penampilan lingkungan fisik dari suatu jasa.

Pengukuran kualitas pelayanan di atas dilakukan semata-mata hanya untuk membuat para konsumen puas dengan pelayanan yang diberikan, karena makin sempurna kepuasan, maka makin baik kualitas pelayanan Frontliner pada sebuah perbankan, sehingga hal ini akan menimbulkan loyalitas konsumen terhadap bank tersebut. Namun, jika konsumen tidak puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan, nasabah tidak akan kembali lagi atau bahkan akan mencari layanan lainnya yang sesuai dengan harapannya.

Jika nasabah atau pelanggan membicarakan kepada kerabatnya tentang pelayanan yang kurang menyenangkan atau tidak mendapatkan kepuasan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pelayanan dari sebuah lembaga, maka lembaga tersebut kemungkinan akan kehilangan nasabah atau pelanggannya. Tetapi hal ini bisa menjadi sebaliknya jika nasabah mendapatkan pelayanan yang memuaskan dan mereka membicarakan pelayanan yang mereka terima kepada kerabatnya, sehingga menimbulkan peluang keuntungan bagi lembaga itu sendiri.

Kualitas pelayanan frontliner memiliki hubungan yang sangat erat dengan kepuasan nasabah, karena konsumen yang mendapat pelayanan yang baik akan mencapai kepuasan yang maksimal.

E. Kualitas Pelayanan dalam Perspektif Ekonomi Islam

Secara umum landasan utama pelayanan ialah menolong orang lain. Dalam ajaran Islam tolong-menolong kepada sesama merupakan kewajiban dan senantiasa dihubungkan dengan tingkat keimanan seseorang.⁷⁵ Pelayanan yang berkualitas tidak hanya sekedar menolong orang lain, akan tetapi juga sebagai ibadah kepada Allah SWT, karena Allah memerintahkan untuk saling tolong menolong sesuai dengan firman Allah dalam Q.S. Al-Maidah (5) : 2,

... وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ
وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ٢

Artinya: ... Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan. Bertakwalah kepada Allah, sungguh, Allah sangat berat siksa-Nya.⁷⁶

⁷⁵ A.S. Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2000), Cet. ke-4, h. 14.

⁷⁶ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Tajwid & Terjemahan*, (Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2010), h. 106.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pelayanan yang berkualitas adalah apabila yang dikerjakan seseorang untuk orang lain menimbulkan rasa puas. Ekonomi Islam bukan hanya berbicara tentang pemuasan materi yang bersifat fisik, tapi juga berbicara cukup luas tentang pemuasan materi yang bersifat abstrak, pemuasan yang lebih berkaitan dengan posisi manusia sebagai hamba Allah.⁷⁷ Dengan adanya rasa puas akan memberikan implikasi baik terbentuknya hubungan dalam rangka mempererat tali silaturahmi diantara kedua belah pihak. Sebab dengan melalui perantara bisnis diantara pihak perusahaan dengan konsumennya tidak hanya kerjasama saling mencari keuntungan semata, namun dibalik itu ada nilai kebersamaan untuk saling menjaga jalinan kerjasama yang terbangun dengan diikat oleh tali persaudaraan.

Baik Al-Qur'an maupun Sunnah memberikan pedoman tertentu dalam masalah tata krama untuk kebaikan perilaku dalam masalah bisnis. Seorang pelaku bisnis muslim diharuskan untuk berperilaku sesuai yang dianjurkan Al-Qur'an dan sunnah.

Ada beberapa nilai-nilai dalam pelayanan yang mengambil konsep dari keteladanan sifat Rasulullah, yaitu:

1. *Shiddiq*, artinya memiliki kejujuran dan selalu melandasi ucapan, keyakinan, serta perbuatan yang berdasarkan ajaran Islam. Tidak ada satu ucapan pun yang saling bertentangan dengan perbuatan.⁷⁸ Allah SWT senantiasa memerintahkan kepada setiap orang beriman untuk memiliki

⁷⁷ Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam 2*, (Pekanbaru: Al-Mujtahid Press, 2014), h. 94.

⁷⁸ M. Nur Rianto Al Arif, *Op.Cit.*, h. 25.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sifat *shiddiq* dan jangan bersifat tidak jujur, sebagaimana firman Allah dalam Q.S. Az-Zumar (39) : 60,

وَيَوْمَ الْقِيَامَةِ تَرَى الَّذِينَ كَذَبُوا عَلَى اللَّهِ وُجُوهُهُم مُّسْوَدَّةٌ أَلَيْسَ فِي جَهَنَّمَ مَثْوًى لِّلْمُتَكَبِّرِينَ ٦٠

Artinya: *Dan pada hari kiamat engkau akan melihat orang-orang yang berbuat dusta terhadap Allah, wajahnya menghitam. Bukankah neraka Jahannam itu tempat tinggal bagi orang yang menyombongkan diri.*⁷⁹

Setiap karyawan yang memberikan pelayanan kepada konsumen wajib berlaku jujur, karena berbagai tindakan tidak jujur selain merupakan perbuatan yang jelas-jelas berdosa, juga akan mempengaruhi kepercayaan konsumen terhadap sebuah perusahaan. Apabila konsumen tidak percaya, maka jasa di perusahaan tersebut tidak akan ada yang memakainya.

2. *Fathanah*, yaitu mengerti, memahami, dan menghayati secara mendalam segala hal yang terjadi dalam tugas dan kewajiban. *Fathanah* berkaitan dengan kecerdasan, baik kecerdasan rasio, rasa, maupun kecerdasan ilahiyah.⁸⁰ Allah berfirman dalam Q.S. Ar-Rad (13) : 3,

وَهُوَ الَّذِي مَدَّ الْأَرْضَ وَجَعَلَ فِيهَا رَوَاسِيَ وَأَنْهَارًا وَمِنْ كُلِّ الثَّمَرَاتِ جَعَلَ فِيهَا زَوْجَيْنِ اثْنَيْنِ يُغْشِي اللَّيْلَ النَّهَارَ إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَاتٍ لِّقَوْمٍ يَتَفَكَّرُونَ ٣

Artinya: *Dan Dia menghamparkan bumi dan menjadikan gunung-gunung dan sungai-sungai di atasnya. Dan padanya Dia menjadikan semua buah-buahan berpasang-pasangan, Dia menutupkan malam kepada siang. Sungguh, pada yang demikian itu terdapat tanda-tanda (kebesaran Allah) bagi orang-orang yang berpikir.*⁸¹

⁷⁹ Departemen Agama RI, *Op.Cit.*, h. 465.

⁸⁰ M. Nur Rianto Al Arif, *Op.Cit.*, h. 26.

⁸¹ Departemen Agama RI, *Op.Cit.*, h. 249.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Sebuah perusahaan yang bergerak dibidang jasa pelayanan harus memiliki karyawan yang terdidik, serta memiliki kemampuan dan pengetahuan dalam bidangnya masing-masing, sehingga konsumen merasa aman dan percaya terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan tersebut.

3. *Amanah*, memiliki makna tanggung jawab dalam melaksanakan setiap tugas dan kewajiban. Amanah ditampilkan dalam keterbukaan, kejujuran, pelayanan prima dan *ihsan* (berupaya menghasilkan yang terbaik) dalam segala hal. Sifat amanah harus dimiliki oleh setiap mukmin apalagi yang memiliki pekerjaan terkait dengan pelayanan kepada masyarakat. Seorang mukmin ketika mendapatkan amanah akan berupaya melaksanakan dengan sebaik-baiknya.⁸² Di dalam Al-Qur'an telah jelas bahwa Allah menyuruh agar setiap mukmin menyampaikan amanah kepada yang berhak menerimanya, seperti pada Q.S An-Nisa' (4) : 58,

﴿إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ
النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا
بَصِيرًا ٥٨﴾

Artinya: *Sungguh, Allah menyuruhmu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan apabila menetapkan hukum di antara manusia hendaknya kamu menetapkan dengan adil. Sungguh, Allah sebaik-baik yang memberi pengajaran kepadamu. Sungguh, Allah Maha Mendengar, Maha Melihat.*⁸³

4. *Tabligh*, artinya mengajak sekaligus memberikan contoh kepada pihak lain untuk melaksanakan ketentuan-ketentuan. Sebagaimana firman Allah dalam Q.S. Al-Jin (72) : 28,

⁸² M. Nur Rianto Al Arif, *Op.Cit.*, h. 27.

⁸³ Departemen Agama RI, *Op.Cit.*, h. 87.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

لِيَعْلَمَ أَنْ قَدْ أَبْلَغُوا رَسُولَ رَبِّهِمْ وَأَخَاطَ بِمَا لَدَيْهِمْ وَأَحْصَى كُلَّ شَيْءٍ عَدَدًا ٢٨

Artinya: Agar Dia mengetahui, bahwa rasul-rasul itu sungguh telah menyampaikan risalah Tuhan-nya, sedang (ilmu-Nya) meliputi apa yang ada pada mereka, dan Dia menghitung segala sesuatu satu persatu.⁸⁴

Dalam sebuah perusahaan harus memiliki karyawan yang komunikatif agar dapat menjadi pembicara yang unggul dalam memberikan pelayanan kepada konsumen, sekaligus sebagai contoh terhadap karyawan yang belum sempurna dalam berkomunikasi dengan konsumen.

5. *Istiqamah*, artinya konsisten. Hal ini memberikan makna seorang pemberi pelayanan dalam praktiknya selalu *istiqamah*. Seorang pemberi pelayanan harus dapat dipegang janjinya, dan tidak diperbolehkan berubah-ubah dalam berbicara maupun dalam memberikan janji. Sebab dalam suatu perusahaan jasa memiliki karyawan yang konsisten akan menjadi cermin dari perusahaan tersebut secara keseluruhan. Allah memerintahkan untuk konsisten dalam kebenaran, sebagaimana firman-Nya dalam Q.S. Hud (11) : 112,

فَأَسْتَقِمَّ كَمَا أُمِرْتَ وَمَنْ تَابَ مَعَكَ وَلَا تَطْغَوْا إِنَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ ١١٢

Artinya: Maka tetaplal engkau (Muhammad) (di jalan yang benar), sebagaimana telah diperintahkan kepadamu dan (juga) orang yang bertaubat bersamamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sungguh, Dia Maha Melihat apa yang kamu kerjakan.⁸⁵

⁸⁴ *Ibid.*, h. 573.

⁸⁵ *Ibid.*, h. 234.

Jadi di dalam Ekonomi Islam, memberikan kualitas pelayanan yang baik kepada para konsumen merupakan salah satu bentuk ibadah kepada Allah, sebab secara umum landasan utama pelayanan ialah menolong orang lain. Di dalam ajaran Islam tolong-menolong kepada sesama sebagaimana yang telah Allah perintahkan, merupakan kewajiban dan senantiasa dihubungkan dengan tingkat keimanan seseorang. Dan seorang pelaku bisnis muslim juga diharuskan untuk berperilaku sesuai yang dianjurkan Al-Qur'an dan Sunnah.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

