

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.

## BAB III TINJAUAN PUSTAKA

### A. Manajemen Pelayanan

#### 1. Pengertian Manajemen

Manajemen menurut bahasa mengatur, mengolah, mengelola, mengurus, memimpin, menurut John F. MEE manajemen adalah seni untuk mencapai hasil yang maksimal dengan usaha yang minimal mungkin demikian pula untuk mencapai kesejahteraan dan kebahagiaan yang maksimal bagi pimpinan maupun bagi pekerja serta memberikan pelayanan yang sebaik mungkin kepada masyarakat.

Menurut *Drs. H. Malayu S. P. Hasibuan* manajemen adalah ilmu dan seni mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber daya lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai satu tujuan tertentu.<sup>14</sup>

Dalam pengertian yang lebih khusus manajemen diartikan sebagai suatu proses yang meliputi *perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan* yang dilakukan oleh para menejer dalam sebuah organisasi, agar tujuan yang telah ditentukan dapat diwujudkan.<sup>15</sup>

Dari pengertian manajemen di atas dapat disimpulkan bahwa dalam manajemen ada suatu usaha dengan efektivitas dan efisien untuk mencapai tujuan dengan hasil yang maksimal.

---

<sup>14</sup> Malayu S.P. Hasibuan, *Manajemen (Dasar, Pengertian, Dan Masalah)*, Jakarta: Bumi Askara, Thn.2014, Hlm.1&2

<sup>15</sup>Sadono Sukirno Dkk, *Pengantar Bisnis*, Jakarta: Kencana, Thn. 2004, Hlm.96

#### 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.

Sedangkan menejer adalah panggilan pimpinan atau seseorang yang mengarahkan orang lain dan yang bertanggung jawab atas pekerjaan tersebut. Menejer merupakan sumber aktivitas dimana mereka harus merencanakan, mengorganisasikan, mengarahkan serta menendalikan semua kegiatan agar tujuan tercapai.

Bisnis itu sendiri merupakan interaksi antara dua pihak atau lebih dalam bentuk tertentu guna meraih manfaat. Dalam bahasa Arab istilah agama tersebut dinamai Muamalah dalam definisi lain, bisnis adalah segala bentuk aktivitas dari berbagai transaksi yang dilakukan manusia guna menghasilkan keuntungan, baik berupa barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan hidup masyarakat.<sup>16</sup>

## 2. Pengertian pelayanan

Adapun pengertian pelayanan (*SERVICE*) menurut AKP Adya Brata adalah *Self Awareness*: menanamkan kesadaran diri, menanamkan pelayanan dengan benar, *Entushiasm*: pelayanan dengan penuh gairah, *Reform*: memperbaiki kinerja pelayanan, *Value*: pelayanan dengan nilai tambah, *Impressive*: penampilan menarik, *Care*: perhatian/kepedulian optimal, *Evaluation*: menegvaluasi pelayanan.<sup>17</sup>

Pelayanan (*customer service*) secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, melalui pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan

<sup>16</sup>Mardani, *Hukum Bisnis Syariah*, Jakarta: Kencana, Thn. 2014, Hlm. 1

<sup>17</sup>Nina Rahmayanti, *Manjemen Pelayanan Prima(Mencegah Pembelotan Dan Membangun Customer Loyalti)*, Yogyakarta: Graha Ilmu, Thn.2010, Hlm.14

## 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.

kebutuhan pelanggan.<sup>18</sup> Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang ada pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Dari beberapa penjelasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa pelayanan adalah cara melayani membantu menyiapkan, mengurus, menyelesaikan keperluan, kebutuhan seseorang atau sekelompok orang. Artinya objek yang dilayani adalah masyarakat yang terdiri dari individu, golongan, dan organisasi (sekelompok organisasi).<sup>19</sup>

Secara sederhana kualitas dapat diartikan sebagai produk yang bebas cacat. Dengan kata lain, produk sesuai dengan standar (target, sasaran atau persyaratan yang bisa didefinisikan, diobservasi dan diukur), kualitas mencerminkan semua dimensi penawaran produk yang menghasilkan manfaat bagi pelanggan.<sup>20</sup>

Dalam strategi *service of excellent* terdapat 4 (empat) unsur pokok, yaitu: 1). Kecepatan, 2). Ketepatan, 3). Keramahan, 4). Kenyamanan. Keempat unsur tersebut merupakan satu kesatuan pelayanan jasa yang

<sup>18</sup>Kasmir, *Manajemen Perbankan*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, Thn. 2010, Hlm. 225

<sup>19</sup><http://skripsi-manajemen.blogspot.com/2011/02/pengertian-definisi-kualitas-pelayanan.html>, diakses tg 10 april 2018

<sup>20</sup>Fandy Tjiptono, Gregorius, Dadi, *Pemasaran Strategik*, Yogyakarta: Andi, Thn.2008, Hlm.67

## 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.

terintegrasi, artinya pelayanan atau jasa yang diberikan kepada pelanggan menjadi tidak<sup>21</sup> *excellent* (unggul), jika salah satu unsurnya kurang.<sup>22</sup>

Aspek manajemen merupakan aspek yang cukup penting dianalisis untuk kelayakan suatu usaha. Karena walaupun suatu usaha telah dinyatakan layak untuk dilaksanakan tanpa didukung dengan manajemen yang baik, bukan tidak mungkin akan mengalami kegagalan

### 3. Dasar Hukum Manajemen

Dalam pandangan Islam segala sesuatu harus dikerjakan secara baik, teratur dan benar. Segala prosedur yang telah ditetapkan harus diikuti secara benar dan sesuatu tidak bisa dikerjakan secara sembarangan. Itulah berupa prinsip utama yang diajarkan dalam Islam ketika mengerjakan sesuatu, seperti yang disabdakan oleh Rasulullah SAW berikut:

حَدَّثَنَا مُصْعَبٌ حَدَّثَنِي بَشْرُ بْنُ السَّرِيِّ عَنْ مُصْعَبِ بْنِ تَابِثٍ عَنْ هِشَامِ بْنِ عُرْوَةَ عَنْ أَبِيهِ عَنْ عَائِشَةَ: أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ إِذَا أَعْمَلَ أَحَدٌ كَمِ الْعَمَلِ أَنْ يُتْقِنَهُ (رواه الطبراني)

Artinya : “Telah menceritakan kepada kami Mus’ab telah menceritakan kepadaku Basyar bin Surai dari Mus’ab bin Tsabit dari Hisyam bin ‘Urwah dari ayahnya dari ‘Aisyah: bahwa nabi SAW berkata: sesungguhnya Allah senang jika seseorang di antara kamu mengerjakan suatu perbuatan lalu dia mengerjakan secara sempurna” (HR. Thabrani).<sup>23</sup>

Menurut Didin Hafifudin kata *itqaan* berarti dikerjakan secara teratur, sesuai dengan target dan sempurna. Hal ini berarti mengerjakan sesuatu secara teratur sesuai target dan sempurna merupakan sesuatu yang

<sup>22</sup>Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*, Jakarta: Rajawali Pers, Thn. 2008, Hlm. 280

<sup>23</sup>Ahmad Bin Ali Bin Musanna Abu Ya’la Almausuli Attamimi, *Musnad Abu Ya’la*, Damaskus: Darul Ma’mun Litturas, Thn. 1404 H/1984 M, Hlm. 349

dicintai Allah. Prinsip-prinsip ini sejalan dengan prinsip-prinsip manajemen secara umum yaitu merencanakan, mengorganisir, melaksanakan, mengontrol, dan mengevaluasi dalam rangka untuk mencapai suatu tujuan organisasi. Secara tidak langsung prinsip-prinsip manajemen tersebut sangat dianjurkan dalam Islam dalam mengerjakan sesuatu.

Manajemen dalam Islam memiliki dua pengertian, yakni: sebagai ilmu dan sebagai suatu aktivitas. Manajemen dipandang sebagai salah satu ilmu umum yang tidak berkaitan dengan nilai dan peradaban sehingga hukum mempelajarinya adalah Fardhu Kifayah, sedangkan sebagai aktivitas ia terikat pada aturan syara' nilai hadrah Islam.

Manajemen syariah adalah suatu pengelolaan untuk memperoleh hasil optimal yang bermuara pada pencarian keridhaan Allah. Langkah yang di ambil dalam menjalankan manajemen tersebut harus berdasarkan aturan-aturan Allah. Aturan-aturan tertuang dalam Al Quran, Hadist dan beberapa contoh yang dilakukan oleh para sahabat.

Istilah manajemen atau idarah adalah suatu keadaan timbal balik, berusaha menaati peraturan yang telah ada. Idarah dalam pengertian umum adalah segala usaha, tindakan dan kegiatan manusia yang berhubungan dengan perencanaan dan pengendalian segala sesuatu secara tepat guna.

Asal penemuan ilmu manajemen itu bermula dari timbulnya berbagai macam persoalan yang berhubungan dengan bisnis sehingga berkembang menjadi sebuah ilmu untuk mencapai berbagai macam tujuan.

#### 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.

Al Quran telah memberikan stimulasi mengenai hal ini di dalam firman Allah dalam surat Al Baqarah ayat 282:

يَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ وَلْيَكْتُبَ بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar.<sup>22</sup>

Jika diperhatikan dengan seksama ayat tersebut menyebutkan catat mencatat yang harus terjadi di antara transaksi karena menyangkut usaha bersama serta dihubungkan dengan idarah atau manajemen.

Kepemimpinan yang dikonsepsikan Al Quran ini merupakan suatu hal yang sangat mendasar untuk mengelola hubungan sesama manusia maupun alam lingkungannya. *Type leadership* yang dikemukakan oleh Al Quran bukan semata-mata hanya menegani urusan ukhrawi, akan tetapi berkaitan pula dengan urusan duniawi, seperti *tijarah* atau perdagangan perindustrian, perniagaan, pemerintah, pamong, organisasi, sampai terhadap kelompok bahkan lebih jauh lagi terhadap diri sendiri atau memenage diri.<sup>23</sup>

### 3. Dasar Hukum Pelayanan

Konsep Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa jangan memberikan

<sup>22</sup>Depag Ri, *Al Quran Dan Terjemah*, Bandung: Syamil Al Quran Sigma

<sup>23</sup>Nurrahmi Hayani, *Pengantar Manajemen*, Pekanbaru: Penerbit Benteng Media, Thn.

## 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.

yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas kepada orang lain. Hal ini tampak dalam Al-Quran surat Al-Baqarah ayat 267:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اَنْفِقُوْا مِنْ طَيِّبٰتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا اَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْاَرْضِ ۗ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيْثَ مِنْهُ تُنْفِقُوْنَ وَلَسْتُمْ بِاَخِيْذِيْهِ اِلَّا اَنْ تَغْمِضُوْا فِيْهِ وَاَعْلَمُوْا اَنَّ اللّٰهَ غَنِيٌّ حَمِيْدٌ

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (dijalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu nafkahkan darinya padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji”.<sup>24</sup>

## B. Bentuk-Bentuk Pelayanan

Adapun bentuk-bentuk pelayanan, yaitu :

1. Pelayanan fisik (barang) yaitu pelayanan yang menghasilkan berbagai bentuk / jenis barang yang digunakan oleh publik, misalnya jaringan telepon, penyediaan tenaga listrik, air bersih, dan sebagainya.
2. Pelayanan non fisik (jasa) yaitu pelayanan yang menghasilkan berbagai bentuk jasa yang dibutuhkan oleh publik, misalnya pendidikan, pemeliharaan kesehatan, penyelenggaraan transportasi, pos, dan lain sebagainya.
3. Pelayanan Administratif yaitu pelayanan yang menghasilkan berbagai bentuk dokumen resmi yang dibutuhkan oleh publik, misalnya status

<sup>24</sup>Depag RI, *Op.cit*

## 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.

kewarganegaraan, sertifikat kompetensi, kepemilikan atau penguasaan terhadap suatu barang dan sebagainya.<sup>25</sup>

### C. Indikator Kualitas Pelayanan

Setiap organisasi moderen dan maju senantiasa mengedepankan bentuk-bentuk aktualisasi kualitas layanan. Kualitas layanan yang dimaksud adalah memberikan bentuk pelayanan yang optimal dalam memenuhi kebutuhan, keinginan, harapan dan kepuasan dari masyarakat yang meminta pelayanan dan yang meminta dipenuhi pelayanannya. Parasuraman mengemukakan konsep kualitas layanan yang berkaitan dengan kepuasan ditentukan oleh lima unsur yang biasa dikenal dengan istilah kualitas layanan “RATER” (responsiveness, assurance, tangible, empathy dan reliability). Konsep kualitas layanan RATER intinya adalah membentuk sikap dan perilaku dari pengembang pelayanan untuk memberikan bentuk pelayanan yang kuat dan mendasar, agar mendapat penilaian sesuai dengan kualitas layanan yang diterima. Inti dari konsep kualitas layanan adalah menunjukkan segala bentuk aktualisasi kegiatan pelayanan yang memuaskan orang-orang yang menerima pelayanan sesuai dengan daya tanggap (responsiveness), menumbuhkan adanya jaminan (assurance), menunjukkan bukti fisik (tangible) yang dapat dilihatnya, menurut empati (empathy) dari orang-orang yang memberikan pelayanan sesuai dengan kehandalannya (reliability) menjalankan tugas pelayanan

<sup>25</sup>[Http://Rivanpradipta.Blogspot.Co.Id/2012/10/Manajemen-Pelayanan.Html](http://Rivanpradipta.Blogspot.Co.Id/2012/10/Manajemen-Pelayanan.Html). Di Akses

yang diberikan secara konsekuen untuk memuaskan yang menerima pelayanan.

Berdasarkan inti dari konsep kualitas layanan “RATER” kebanyakan organisasi kerja yang menjadikan konsep ini sebagai acuan dalam menerapkan aktualisasi layanan dalam organisasi kerjanya, dalam memecahkan berbagai bentuk kesenjangan atas berbagai pelayanan yang diberikan oleh pegawai dalam memenuhi tuntutan pelayanan masyarakat. Aktualisasi konsep “RATER” juga diterapkan dalam penerapan kualitas layanan pegawai baik pegawai pemerintah maupun non pemerintah dalam meningkatkan prestasi kerjanya.

Saat ini masih paling populer adalah konsep ServQual yang dikembangkan oleh Parasuraman, *Berry* dan *Zeitbaml* sejak 15 tahun yang lalu. Walau berbagai kritik telah ditujukan kepada konsep ini ServQual adalah yang paling banyak digunakan oleh pelaku bisnis diseluruh dunia yang berkecimpung dalam hal pelayanan pelanggan ketika pertama konsep dari dimensi pelayanan ini diformulasikan terdapa sepuluh dimensi, setelah itu disederhanakan menjadi lima dimensi.<sup>26</sup>

Bentuk Kualitas Pelayanan Lebih jelasnya dapat diuraikan mengenai bentuk-bentuk aplikasi kualitas layanan dengan menerapkan konsep “RATER” yang dikemukakan oleh Parasuraman sebagai berikut:

#### 1. Daya tanggap (*Responsiveness*)

<sup>26</sup> Handi Irawan D, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia, Thn. 2002, Hlm. 57

#### 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.

#### 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.

Kualitas layanan daya tanggap adalah suatu bentuk pelayanan dalam memberikan penjelasan, agar orang yang diberi pelayanan tanggap dan menanggapi pelayanan yang diterima.

Inti dari pelayanan daya tanggap dalam suatu organisasi berupa pemberian berbagai penjelasan dengan bijaksana, mendetail, membina, mengarahkan dan membujuk.

Apabila hal ini dapat diimplementasikan dengan baik, dengan sendirinya kualitas layanan daya tanggap akan menjadi cermin prestasi kerja karyawan yang ditunjukkan dalam pelayanannya.

#### 2. Jaminan (*Assurance*)

Setiap bentuk pelayanan memerlukan adanya kepastian atas pelayanan yang diberikan. Bentuk kepastian dari suatu pelayanan sangat ditentukan oleh jaminan dari pegawai yang memberikan pelayanan, sehingga orang yang menerima pelayanan merasa puas dan yakin bahwa segala bentuk urusan pelayanan yang dilakukan tuntas dan selesai sesuai dengan kecepatan, ketepatan, kemudahan, kelancaran dan kualitas layanan yang diberikan.

Inti dari bentuk pelayanan yang meyakinkan pada dasarnya bertumpu kepada kepuasan pelayanan yang ditunjukkan oleh setiap pegawai, komitmen organisasi yang menunjukkan pemberian pelayanan yang baik, dan perilaku dari pegawai dalam memberikan pelayanan, sehingga dampak yang ditimbulkan dari segala aktivitas pelayanan tersebut diyakini oleh orang-orang yang menerima pelayanan, akan dilayani

dengan baik sesuai dengan bentuk-bentuk pelayanan yang dapat diyakini sesuai dengan kepastian pelayanan.

### 3. Bukti Fisik (*Tangible*)

Pengertian bukti fisik dalam kualitas layanan adalah bentuk aktualisasi nyata secara fisik dapat terlihat atau digunakan oleh pegawai sesuai dengan penggunaan dan pemanfaatannya yang dapat dirasakan membantu pelayanan yang diterima oleh orang yang menginginkan pelayanan, sehingga puas atas pelayanan yang dirasakan, yang sekaligus menunjukkan prestasi kerja atas pemberian pelayanan yang diberikan.

Bentuk pelayanan bukti fisik biasanya berupa sarana dan prasarana pelayanan yang tersedia, teknologi pelayanan yang digunakan, performance pemberi pelayanan yang sesuai dengan karakteristik pelayanan yang diberikan dalam menunjukkan prestasi kerja yang dapat diberikan dalam bentuk pelayanan fisik yang dapat dilihat.

### 4. Empati (*Empathy*)

Setiap kegiatan atau aktivitas pelayanan memerlukan adanya pemahaman dan pengertian dalam kebersamaan asumsi atau kepentingan terhadap suatu hal yang berkaitan dengan pelayanan. Pelayanan akan berjalan dengan lancar dan berkualitas apabila setiap pihak yang berkepentingan dengan pelayanan memiliki adanya rasa empati (*empathy*) dalam menyelesaikan atau mengurus atau memiliki komitmen yang sama terhadap pelayanan.

#### 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.

Empati dalam suatu pelayanan adalah adanya suatu perhatian, keseriusan, simpatik, pengertian dan keterlibatan pihak-pihak yang berkepentingan dengan pelayanan untuk mengembangkan dan melakukan aktivitas pelayanan sesuai dengan tingkat pengertian dan pemahaman dari masing masing pihak tersebut. Pihak yang memberi pelayanan harus memiliki empati memahami masalah dari pihak yang ingin dilayani. Pihak yang dilayani seyogyanya memahami keterbatasan dan kemampuan orang yang melayani, sehingga keterpaduan antara pihak yang melayani dan mendapat pelayanan memiliki perasaan yang sama.

#### 5. Kehandalan (*Reliability*)

Setiap pelayanan memerlukan bentuk pelayanan yang handal, artinya dalam memberikan pelayanan, setiap pegawai diharapkan memiliki kemampuan dalam pengetahuan, keahlian, kemandirian, penguasaan dan profesionalisme kerja yang tinggi, sehingga aktivitas kerja yang dikerjakan menghasilkan bentuk pelayanan yang memuaskan, tanpa ada keluhan dan kesan yang berlebihan atas pelayanan yang diterima oleh masyarakat.<sup>27</sup>

Kualitas jasa adalah persepsi pelanggan mengenai superioritas jasa yang merupakan akumulasi kepuasan bagi banyak pelanggan atas banyak pengalaman jasa. Penyedia jasa yang berkualitas adalah penyedia jasa yang mampu terus menerus menyediakan pengalaman jasa yang

<sup>27</sup> <https://Teukuhermi.Blogspot.Co.Id/2016/11/Pengertian-Kualitas-Pelayanan-Dan.Html>di Akses Tgl 22

#### 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.

#### 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.

memuaskan selama periode waktu yang lama. Menurut Hart, kualitas suatu jasa adalah perbedaan antara jasa yang disediakan dan yang diharapkan pelanggan. Dalam hal ini penilaian tentang kualitas jasa ditentukan oleh pengguna jasa. Parasuraman, seperti yang tertulis dalam jurnalnya menyebutkan bahwa mutu yang dirasakan adalah penilaian konsumen tentang keunggulan atau superioritas suatu kesatuan (*entity*).<sup>28</sup>

Sehingga dengan adanya kualitas dalam pelayanan yang disampaikan oleh para penggiat usaha dibidang jasa kepada para konsumen maka dari situ timbullah rasa loyal terhadap suatu jasa yang dirasakan tersebut.

### D. Loyalitas Pelanggan

#### 1. Pengertian

Kesetiaan pelanggan tidak dapat dibeli, kesetiaan tidak dapat dipaksakan, kesetiaan diperoleh melalui kepuasan yang diterima seiring berjalannya waktu dan usaha, kesetiaan terwujud bukan karena hal berupa nilai uang saja, kesetiaan tidak dapat diperjual belikan, karena kesetiaan datangnya dari lubuk hati dari ketulusan hati yang nurani yang terjadi akibat adanya rasa puas yang diterima dan dirasakan pelanggan, karena pelayanan yang diterima sangat baik dan itu terus dilakukan tanpa ada batas waktu. Loyalitas itu tentang persentase dari orang yang pernah membeli dalam kerangka waktu tertentu dalam memlakukan pembelian ulang sejak pembelian pertama.<sup>29</sup>

<sup>28</sup>Hessel Nogi S. Tangkilisan, *Manajemen Publik*, Jakarta:Pt Grasindo, Thn.2005, Hlm.215

<sup>29</sup>Nina Rahmayanti, *Op.Cit.* Hlm 13

Griffin (2005) menyatakan “*loyalty is defined as non random purchase expressed over time by some decision making unit.*” Berdasarkan definisi tersebut dapat dijelaskan bahwa loyalitas lebih mengacu pada wujud perilaku dari unit-unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terus menerus terhadap barang atau jasa dari suatu perusahaan yang dipilih.

Oliver dalm Hurriyati (2005) menyatakan bahwa loyalitas adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten di masa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku.

Parasuraman (2005) mendefinisikan loyalitas pelanggan dalam konteks pemasaran jasa sebagai respon yang terkait erat dengan ikrar atau janji untuk memegang teguh komitmen yang mendasari kontinuitas relasi, dan biasanya tercermin dalam pembelian berkelanjutan dari penyedia jasa yang sama atas dasar dedikasi dan kendala pragmatis.

Marais (2005) menyatakan bahwa loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek toko, pemasok, berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten.

#### 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.

Berdasarkan definisi-definisi di atas terlihat bahwa loyalitas lebih ditujukan pada suatu perilaku, yang ditunjukkan dengan pembelian rutin dan didasarkan pada unit pengambilan keputusan.

## 2. Karakteristik Loyalitas Pelanggan

Konsumen yang loyal merupakan aset yang penting suatu usaha. Hal ini dapat dilihat dari karakteristik yang dimilikinya. Griffin (2005) menyatakan bahwa konsumen yang loyal memiliki karakteristik sebagai berikut :

1. Membelikan pembelian secara teratur.
2. Melakukan pembelian di semua lini produk atau jasa.
3. Merekomendasikan produk lain.
4. Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing.

## 3. Tahap-Tahap Loyalitas Pelanggan

Proses seorang calon pelanggan menjadi pelanggan yang loyal terhadap perusahaan terbentuk melalui beberapa tahapan. Hill dalam Hurriyati (2005) mengemukakan loyalitas pelanggan dibagi menjadi enam tahapan, yaitu terduga, prospek, pelanggan, pendukung klien, dan mitra tahapan tersebut yakni :

1. Terduga, meliputi semua orang yang mungkin akan membeli barang atau jasa perusahaan, tetapi sama sekali belum mengenal perusahaan dan barang atau jasa yang ditawarkan.

### 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.

2. Prospek, merupakan orang-orang yang memiliki kebutuhan akan produk atau jasa tertentu dan mempunyai kemampuan untuk membelinya. Meskipun belum melakukan pembelian, para prospek telah mengetahui keberadaan perusahaan dan barang atau jasa yang ditawarkan karena seseorang telah merekomendasikan barang atau jasa tersebut kepadanya.
3. Prospek terdiskualifikasi, yaitu prospek yang telah mengetahui keberadaan barang atau jasa tertentu, tetap tidak mempunyai kebutuhan untuk membeli barang atau jasa tersebut.
4. Pelanggan mula-mula, yaitu pelanggan yang membeli untuk pertama kalinya, mereka masih menjadi pelanggan yang baru.
5. Pelanggan yang berulang, yaitu pelanggan yang telah membeli produk yang sama sebanyak dua kali atau lebih, atau membeli dua macam produk yang berbeda dalam dua kesempatan yang berbeda pula.
6. Klien, yaitu membeli semua barang atau jasa yang ditawarkan dan dibutuhkan. Mereka membeli secara teratur. Hubungan dengan jenis pelanggan ini sudah kuat dan berlangsung, yang membuat mereka tidak berpengaruh oleh produk pesaing.
7. Pendukung, seperti hanya klien, pendukung membeli barang atau jasa yang ditawarkan dan yang dibutuhkan, serta melakukan pembelian secara teratur. Selain itu mereka mereka mendorong teman-teman mereka agar membeli barang atau jasa suatu

#### 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.

## 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.

perusahaan atau merekomendasikan perusahaan tersebut pada orang lain. Dengan begitu, secara tidak langsung mereka telah melakukan pemasaran dan membawa pelanggan untuk perusahaan.

8. Mitra, merupakan bentuk hubungan yang paling kuat antara pelanggan dan perusahaan, dan berlangsung terus menerus karena kedua pihak melihat sebagai hubungan yang saling menguntungkan.<sup>30</sup>

Pada prinsipnya, ada tiga kunci memberikan layanan pelanggan yang unggul, pertama kemampuan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan, kedua pengembangan database yang lebih akurat dari pada pesaing (mencakup data kebutuhan dan keinginan setiap segmen pelanggan dan perubahan kondisi persaingan), ketiga pemanfaatan informasi-informasi yang diperoleh dari riset pasar dalam suatu kerangka strategik.<sup>31</sup>

Bila berbicara mengenai layanan pelanggan atau kepuasan pelanggan, berarti membicarakan mengenai kreativitas. Kreativitas memungkinkan organisasi jasa menangani dan memecahkan masalah-masalah yang sedang maupun yang akan dihadapi dalam praktik bisnisehari-hari. Untuk mewujudkan dan mempertahankan kepuasan pelanggan, organisasi jasa harus melakukan empat hal, pertama mengidentifikasi siapa pelanggannya, kedua memahami tingkat harapan pelanggannya, ketiga memahami strategi

<sup>30</sup>Etta Mamang Sangadji & Sofiah, *Perilaku Konsumenn* (Pendekatan Praktis), Yogyakarta: Cv Andi, Thn 2013, Hlm. 104

<sup>31</sup>Fandy Tjiptono, *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*, Yogyakarta: Cv Andi, Thn. 2005, Hlm. 128

## 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.

kualitas layanan pelanggan, keempat memahami siklus pengukuran dan umpan balik dari kepuasan pelanggan.<sup>32</sup>

## E. Analisis SWOT

### 1. Definisi

SWOT adalah singkatan dari *strengths* (kekuatan), *weaknesses* (kelemahan), *opportunities* (peluang), *threats* (ancaman), dimana SWOT ini dijadikan sebagai suatu model dalam menganalisis suatu organisasi yang berorientasi *profit* dan non *profit* dengan tujuan utama untuk mengetahui keadaan organisasi tersebut secara lebih komprehensif.

Melakukan analisis SWOT artinya bahwa seseorang diajarkan untuk masuk dalam analisis diri secara komprehensif, dengan begitu seseorang lebih menegenal diri serta pribadi yang dimiliki untuk lebih jauh menempatkan kajian secara strategis. Ini sebagaimana ditegaskan oleh Stephen P. Robbins Dan Mary Coulter bahwa dengan meluangkan waktu untuk mengidentifikasi apa yang penting secara pribadi, seseorang dapat menyusun sebuah rencana strategis dan menjamin bahwa rencana itu dilaksanakan secara efektif hingga seseorang tersebut merasakan kepuasan. Persoalan dibanyak orang keinginan yang kurang dalam meluangkan waktu untuk keperluan tersebut, kondisi seperti ini menyebabkan orang tersebut bekerja dan membangun karir tidak dalam tatanan konseptual yang sistematis, namun lebih bersifat alamiah (natural).

<sup>32</sup>Fandy Tjiptono, *Ibid.* 129

Melakukan analisis dengan pendekatan SWOT memang memiliki kelebihan dan kelemahannya. Namun setidaknya telah diperoleh gambaran yang membuat seseorang bisa menilai serta memutuskan langkah-langkah apa yang bisa ia kerjakan dikemudian hari. Jadi dengan kata lain seseorang sudah memiliki kerangka (*framework*) antisipasi jika suatu saat mengalami masalah atau kendala.

## 2. Kegunaan Analisis SWOT

Dalam usaha mendukung manajemen pengambilan keputusan maka analisis SWOT memiliki peran besar di dalamnya. Berbagai kalangan akademisi, birokrat hingga praktisi bisnis telah mempercayai jika analisis dengan mempergunakan perspektif SWOT telah di anggap memiliki keunggulannya. Seseorang bisa memberikan peta kondisi terhadap keadaan yang terjadi berdasarkan realita yang ada, serta lebih jauh mampu memberikan penegasan terhadap keputusan yang akan kita lakukan dimasa yang akan datang.

Oleh karena itu secara umum ada beberapa kegunaan dengan dipergunakan Analisis SWOT, yaitu:

- a. Mampu memberikan gambaran suatu organisasi dari empat sudut dimensi, yaitu *strengths* (kekuatan), *weaknesses* (kelemahan), *opportunities* (peluang), *threats* (ancaman). Sehingga pengambil keputusan bisa melihat dari empat dimensi ini secara lebih komprehensif.

### 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.

**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.

- b. Dapat dijadikan sebagai rujukan pembuat rencana keputusan jangka panjang.
- c. Mampu memberika pemahaman kepada para stakeholder yang berkeinginan menaruh simpati bahkan bergabung dengan perusahaan dalam suatu ikatan kerjasama yang saling menguntungkan.
- d. Dapat dijadikan penilai secara rutin dalam melihat progress report dari setiap keputusan yang telah dibuat selama ini.

### 3. Tujuan Penerapan SWOT

Penerapan SWOT pada suatu usaha bertujuan untuk memberikan suatu panduan agar perusahaan menjadi lebih fokus, sehingga dengan penempatan analisis SWOT tersebut nantinya dapat dijadikan sebagai bandingan pikir dari berbagai sudut pandang, baik dari segi kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang mungkin bisa terjadi dimasa yang akan datang.

Tujuan lain diperlukannya analisis SWOT adalah dimana setiap produk maupun jasa yang beredar dipasaran pasti akan mengalami pasang surut, karena konsumen memiliki tingkat kejenuhan dalam menggunakan suatu produk atau jasa.

### 4. Faktor Eksternal Dan Internal Dalam Analisis SWOT

Untuk menganalisis secara dalam tentang analisis SWOT, maka perlu dilihat faktor eksternal dan internal sebagai bagian penting dalam analisis SWOT, yaitu:

- a. Faktor eksternal

## 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.

Faktor eksternal ini mempengaruhi terbentuknya *opportunity and threat* (O and T). Dimana faktor ini menyangkut dengan kondisi-kondisi yang terjadi diluar perusahaan. Faktor ini mencakup lingkungan industri dan lingkungan bisnis makro, ekonomi, politik, hukum, teknologi, kependudukan, dan sosial budaya.

## b. Faktor internal

Faktor internal ini mempengaruhi terbentuknya *strengths and weaknesses* (S and W). Dimana faktor ini menyangkut dengan kondisi yang terjadi dalam perusahaan, yang mana ini turut mempengaruhi terbentuknya pembuatan keputusan usaha. Faktor internal ini meliputi semua macam manajemen fungsional: pemasaran, keuangan, operasi, sumber daya manusia, penelitian dan pengembangan, sistem informasi manajemen, dan budaya perusahaan.<sup>33</sup>

<sup>33</sup>Irham Fahmi, *Manajemen Strategi (Teori Dan Aplikasi)*, Bandung: Alfabeta, Thn. 2014, Hlm.252