

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.

BAB III

KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PASIEN

A. Kualitas Pelayanan

1. Pengertian Kualitas

Kualitas atau mutu secara *etimologi* adalah tingkat baik buruknya atau taraf atau derajat sesuatu. Kualitas secara *terminologi* adalah karakteristik dari suatu produk atau jasa yang ditentukan oleh pemakai atau customer dan diperoleh melalui pengukuran proses serta melalui perbaikan yang berkelanjutan atau kualitas merupakan salah satu indikator yang paling penting bagi perusahaan untuk dapat eksis ditengah ketatnya persaingan dalam industri. Kualitas menurut Kamus Bahasa Indonesia menjelaskan tentang tingkat baik atau buruknya sesuatu kadar.

Menurut Lovelock dalam Laksana kualitas adalah tingkat mutu yang diharapkan, dan pengendalian keragaman dalam mencapai mutu tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Kualitas menurut ISO 9000 adalah : perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi persyaratan kebutuhan pelanggan.²¹

2. Pengertian Pelayanan

Pelayanan dalam etimologi bisa diartikan sebagai “melakukan sesuatu bagi orang lain” sedangkan secara umum pelayanan adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan

²¹ Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta : Salempa Empat, 2011), h. 175

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.

kepada pelanggan, melalui pelayanan ini keinginan dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi.

Pelayanan dapat juga diartikan setiap kegiatan atau manfaat yang dapat diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat pemilikan sesuatu dan produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik²²

Dalam kamus Bahasa Indonesia dijelaskan bahwa pelayanan merupakan suatu hal, cara atau hasil pekerjaan melayani. Sedangkan melayani adalah menyuguhinya (orang) dengan makan, minum, menyediakan keperluan orang, mengiyakan, menerima dan menggunakan.

Sampara mengatakan bahwa pelayanan adalah suatu kegiatan atau aturan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan kepuasan pelanggan.²³

a. Ciri-Ciri Pelayanan yang Baik²⁴

Jika perusahaan selalu ingin dianggap yang terbaik di mata pelanggannya, perusahaan harus memberikan pelayanan yang terbaik. Pelayanan yang baik harus dapat dipenuhi oleh perusahaan sehingga pelanggan dapat diberikan secara maksimal.

Dalam memberikan pelayanan yang terbaik perlu didukung oleh berbagai hal. Berikut ini beberapa ciri pelayanan yang baik yang harus diikuti dan dipenuhi oleh perusahaan dan dijalankan yaitu:

²²Malayu S.P. Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta : Bumi Aksara ,2005),h 152

²³Sinambela, *Reformasi Pelayanan Publik*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2007),h.5

²⁴ Kasmir, *Kewirausahaan*,(Jakarta : Rajawali Pers,2013) h. 308-3010

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.

1. Tersedia karyawan yang baik²⁵

Karyawan yang melayani pelanggan, karyawan harus pandai memikat dan mengambil hati pelanggan sehingga pelanggan semakin tertarik, cara kerjanya pun harus cepat dan cekatan.

2. Tersedia Sarana dan Prasarana

Dalam melayani pelanggan hal lain yang juga penting diperhatikan adalah sarana dan prasarana yang dimiliki perusahaan. Meja dan kursi serta peralatan pendukung lainnya harus nyaman untuk ditempati dan dipandang. Sarana dalam ruangan juga harus tenang, tidak berisik, dan sejuk. Kelengkapan dan kenyamanan sarana dan prasarana ini akan membuat pelanggan betah berurusan dengan perusahaan.

3. Bertanggung Jawab

Petugas yang baik harus bertanggung jawab kepada setiap pelanggan sejak awal hingga selesai. Artinya, dalam menjalankan kegiatan pelayanan, dari awal sampai akhir. Pelanggan akan merasa puas jika petugas bertanggung jawab terhadap pelayanan yang diinginkan.

4. Mampu Melayani secara Cepat dan Tepat

Layanan yang diberikan harus sesuai jadwal untuk pekerjaan tertentu dan tidak membuat kesalahan, dalam arti pelayanan yang diberikan sesuai dengan keinginan pelanggan.

²⁵ Kasmir, *Ibid*, h. 309

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.

5. Mampu Berkomunikasi

Karyawan harus mampu berbicara dengan baik kepada setiap pelanggan atau calon pelanggan dan cepat memahami keinginan mereka, harus dapat berkomunikasi dengan bahasa yang jelas dan mudah dimengerti dan usahakan untuk tidak menggunakan istilah yang sulit dimengerti dan dapat menyebabkan pelanggan bingung.

6. Memilih Pengetahuan dan Kemampuan

Seseorang dituntut untuk memiliki pengetahuan dan kemampuan tertentu dalam bekerja.

7. Berusaha Memahami Kebutuhan Pelanggan

Petugas harus cepat tanggap terhadap apa yang diinginkan oleh pelanggan. Petugas yang lamban akan membuat pelanggan lari. Usahakan mengerti dan memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan.²⁶

b. Bentuk-bentuk Pelayanan²⁷

1. Layanan dengan lisan

Layanan dengan lisan dilakukan oleh petugas-petugas dibidang hubungan masyarakat (Humas), bidang layanan informasi dan bidang-bidang lain yang tugasnya memberikan penjelasan atau keterangan kepada siapapun yang memerlukan. Agar layanan lisan berhasil sesuai dengan harapan, ada syarat-syarat yang harus dipenuhi oleh pelaku layanan:

²⁶ Kasmir, *Ibid*, h. 310

²⁷ A.S.Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2000), h. 45

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. Memahami benar masalah-masalah yang termasuk dalam bidang tugasnya.
 - b. Mampu memberikan penjelasan dengan lancar, singkat tetapi cukup jelas sehingga memuaskan bagi mereka yang ingin memperoleh kejelasan mengenai informasi tersebut.
 - c. Bertingkah laku sopan dan ramah tamah.
2. Layanan dengan tulisan²⁸

Layanan dengan tulisan merupakan bentuk layanan yang paling menonjol dalam pelaksanaan tugas. Tidak hanya dari segi jumlah tetapi juga dari segi perannya. Pada dasarnya pelayanan melalui tulisan cukup efisien terutama layanan jarak jauh karna faktor biaya. Layanan dengan tulisan dapat berupa permohonan, laporan, keluhan, pemberi/penyerahan dan pemberitahuan.

3. Layanan dalam perbuatan

Dalam layanan dengan perbuatan keahlian dan keterampilan merupakan faktor yang sangat menentukan terhadap hasil perbuatan atau pekerjaan. Dalam kehidupan sehari-hari jenis layanan ini memang tidak terhindar dari layanan lisan karena hubungan lisan paling banyak dilakukan dalam hubungan pelayanan secara umum.

Dari beberapa teori di atas, dapat disimpulkan bahwa pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya

²⁸ A.S.Moenir, *Ibid*,h. 55

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.

tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun kepada seseorang atau sekelompok orang.

Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan supaya mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Pola konsumsi dan gaya hidup pelanggan menuntut perusahaan mampu memberikan pelayanan yang berkualitas. Keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dapat ditentukan dengan pendekatan *service quality* yang telah dikembangkan oleh Parasuraman, Berry dan Zenthaml.²⁹

3. Pengertian Kualitas Pelayanan

Pengertian tentang kualitas pelayanan menurut Wyckof (dalam Lovelock, kualitas pelayanan/jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan (Kotler). Hal ini berarti bahwa citra kualitas yang baik bukannya berdasarkan sudut pandang atau persepsi pihak penyediaan layanan/ jasa, melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi pelanggan. Pelangganlah yang mengkonsumsi dan menikmati jasa perusahaan, sehingga merekalah yang seharusnya menentukan kualitas jasa.

Powell menyatakan kualitas pelayanan dianggap sebagai *pervasive strategi force*, sedangkan Dean dan Bowen, menganggap kualitas

²⁹ Rambat Lupiyoadi, A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta : Salemba Empat, 2006), h.18

pelayanan sebagai isu strategi yang penting dalam agenda manajemen strategi proses perbaikan efektifitas organisasi. Hasil studinya menunjukkan bahwa perusahaan yang menerapkan strategi kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap kinerja perusahaan baik untuk saat ini dan masa depan. Untuk itu reputasi kualitas perusahaan yang baik harus menekankan pada prioritas strategi sehingga dapat meningkatkan *net operating income* atau *growth* tidak hanya dalam jangka pendek tetapi juga jangka panjang.³⁰

Oliver menyatakan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan merupakan suatu reaksi kognitif atau efektif yang muncul sebagai respon atas suatu atau sekelompok jasa pelayanan. Kepuasan merupakan “*post consumption*” yaitu pengalamanan untuk membandingkan kualitas yang diharapkan, dimana kualitas pelayanan merupakan evaluasi global atau *service delivery system* suatu perusahaan (Anderson dan Fornell, : Parasuraman et.al., Button dan Drew menunjukkan bahwa *customer satisfaction* tergantung pada *preexisting* atau *contemporaneous attitudes* tentang kualitas pelayanan.

Anderson juga menunjukkan adanya hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan. Ia menyatakan bahwa perbaikan kualitas pelayanan akan menghasilkan kepuasan konsumen, oleh karena itu hubungan tersebut harus ditingkatkan. Hal ini didukung oleh Zeithaml yang menyatakan adanya hubungan yang kuat dengan konsumen ketika konsumen memberikan penilaian positif tentang kualitas pelayanan dan hubungan yang

³⁰ Lina Anatan, *Service Excellence*, (Bandung: Alfabeta, 2008).h.69

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.

lemah ketika konsumen membuat penilaian negatif tentang kualitas pelayanan perusahaan.³¹

B. Dimensi Kualitas Pelayanan

Ada delapan dimensi kualitas yang dikembangkan Garvin (dalam Lovelock, Peppard dan Rowland dan dapat digunakan sebagai kerangka perencanaan strategi dan analisis. Dimensi- dimensi tersebut adalah:³²

1. Kinerja (*Performance*) karakteristik operasi pokok dari produk inti, misalnya kecepatan, konsumsi bahan bakar, jumlah penumpang yang akan diangkut, kemudahan dan kenyamanan dalam mengemudi, dan sebagainya.
2. Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*features*), yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap, misalnya kelengkapan interior dan eksterior seperti *dash board, AC, Sound system, door lock system, power steering, dan sebagainya*.³³
3. Keandalan (*reability*), yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai, misalnya mobil tidak sering ngadat/macet/rewel/rusak.
4. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*), yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang ditetapkan sebelumnya. Misalnya standar keamanan dan emisi terpenuhi, seperti ukuran as roda untuk truk tentunya harus lebih besar daripada mobil sedan.

³¹ Lina Anatan, *Ibid*, h. 70

³² Farida Jasfar, *Manajemen Jasa*, (Jakarta : Ghalia Indonesia, 2009), h 51-52

³³ Fandi Tjiptono, *Service Quality dan Satisfaction*, (Yogyakarta : CV ANDI, 2011), h. 193

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.

5. Daya tahan (*durability*), berkaitan dengan berapa lama suatu produk dapat terus digunakan.
6. *Serviceability*, meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah direparasi ; serta penanganan keluhan yang memuaskan. Pelayanan yang diberikan tidak terbatas hanya sebelum penjualan hingga purna jual, yang juga mencakup pelayanan reparasi dan ketersediaan komponen yang dibutuhkan.
7. Estetika, yaitu lebih kepada penampilan fisik dan daya tarik penyajian jasa.
8. Kualitas yang dipersepsikan (*Perceived quality*) yaitu citra dan reoutasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya. Biasanya karena kurangnya pengetahuan pembeli akan atribut/ ciri-ciri produk yang akan dibeli, maka pembeli mempersepsikan kualitasnya, maupun negara pembuatnya. Meskipun beberapa dimensi di atas dapat diterapkan pada bisnis jasa, tetapi sebagian besar dimensi tersebut dikembangkan berdasarkan pengalaman dan penelitian terhadap perusahaan manufaktur.³⁴

Ada lima faktor dominan atau penentu kualitas jasa yaitu³⁵

1. *Tangible*(berwujud)

Jasa yang dapat dilihat oleh konsumen berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan, teknyang baik, ologi dan berbagi materi komunikasi yang baik, menarik dan terawat. Misalnya desaaain gedung Rumah Sakit yang modren dan tertata rapi mampu memberikan atau menampakkan kualitas

³⁴Fandi Tjiptono, *Pemasaran Strategik*, (Yogyakarta: C.V ANDI, 2008), H. 68

³⁵M. Nur Rianto AlArif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012), H.197

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.

jasa yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Selain itu teknologi yang digunakan oleh Rumah Sakit menjadi pertimbangan konsumen dalam menentukan jasa perbankan yang dinikmati.

2. *empathy* (empati)

Kesediaan karyawan dan pengusaha untuk peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada langganan. Setiap karyawan harus memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen.

3. *Responsiveness* (cepat tanggap)

Kemauan dari karyawan dan pengusaha untuk membantu pelanggan memberikan jasa yang cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan dari konsumen. Setiap keluhan dari konsumen harus langsung diberikan umpan balik, untuk mencegah ketidakpuasan konsumen.

4. *Reliability* (keandalan)

Kemampuan untuk memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan, terpercaya, akurat, dan konsisten. Suatu perusahaan yang mampu memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang telah dijanjikan melalui Opromosi akan memberikan kepuasan tersendiri kepada konsumen.

5. *Assurance* (jaminan)

Berupa kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada konsumen. Karyawan harus mampu menunjukkan kepada konsumen bahwasanya perusahaan mampu merealisasikan setiap janji yang telah ditawarkan kepada konsumen.³⁶

³⁶ M. Nur Rianto AlArif, *Ibid*, H. 198

Menurut Gronroos, pada dasarnya kualitas jasa/pelayanan dari sudut penilaian pelanggan dibedakan atas tiga dimensi berikut.

1. *Technical* atau *outcome dimension*, yaitu berkaitan dengan apa yang diterima konsumen. Dimensi ini sama artinya dengan apa yang disebut kompetensi (*competence*) dari Parasuraman .
2. *Functional* dan *related dimension*, yaitu berkaitan dengan cara jasa/pelayanan disampaikan atau disajikan.
3. *Corporate image*, yaitu berkaitan dengan citra perusahaan dimata konsumen. Dimensi ini sama pengertiannya dengan dengan kredibilitas (*credibility*) dalam pengertian Parasuraman

C. Kepuasan Pelanggan

1. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kata “Kepuasan atau *satisfaction*” berasal dari bahasa Latin “*satis*” (artinya cukup baik, memadai) dan “*facio*” (melakukan atau membuat). Secara sederhana kepuasan dapat diartikan sebagai ‘upaya pemenuhan sesuatu’ atau ‘membuat sesuatumemadai’. Namun, ditinjau dari persepsi perilaku konsumen, istilah ‘kepuasan pelanggan’ lantas menjadi sesuatu yang kompleks. Bahkan, hingga saat ini belum dicapai kesempatan atau konsensus mengenai konsep kepuasan pelanggan: ‘apakah kepuasan merupakan respon emosional ataupun evaluasi kognitif’ (Edwardson, Giese& Cote, Peterson & Wilson, Yi. Ini bisa dilihat dari beragam defenisi yang dikemukakan banyak pakar.

Howard & Sheth mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan adalah situasi kognitif pembeli dengan pengorbanan yang dilakukan,

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.

Swan, et al. mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai evaluasi secara sadar atau penilaian kognitif menyangkut apakah kinerja produk relatif bagus atau jelek atau apakah produk bersangkutan cocok atau tidak cocok dengan tujuan/pemakaiannya. Oliver mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi terhadap *surprise* yang inheren atau melekat pada pemerolehan produk dan / atau pengalaman konsumsi. Churchill & Suprenent merumuskan kepuasan pelanggan sebagai hasil pembelian atau pemakaian yang didapatkan dari perbandingan antara *reward* dan biaya pembelian dengan konsekuensi yang diantisipasi sebelumnya.

Westbrook & Reilly berpendapat bahwa kepuasan pelanggan adalah respon emosional terhadap pengalaman pengalaman berkaitan dengan produk atau jasa tertentu yang dibeli, gerai ritel, atau bahkan pola perilaku (seperti perilaku berbelanja dan perilaku pembeli), serta pasar secara keseluruhan. Respon emosional dipicu oleh proses evaluasi kognitif yang membandingkan persepsi (atau keyakinan) terhadap objek, tindakan atau kondisi tertentu dengan nilai-nilai (atau kebutuhan, keinginan dan hasrat) individual.

Day mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai penilaian evaluatif purnabeli menyangkut pilihan pembelian spesifik. Cadotte, et al, mengkonseptualisasi kepuasan pelanggan sebagai perasaan yang timbul sebagai hasil evaluasi terhadap pengalaman pemakaian produk atau jasa. Westbrook menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah penilaian evaluatif global terhadap pemakaian/konsumsi produk. Tse & Wilton mendefinisikan kepuasan/ ketidakpuasan pelanggan sebagai respon

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.

pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian (*disconfirmation*) yang ipersepsikan antara harapan awal sebelum pembelian (atau norma kerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dipersepsikan setelah pemakaian atau konsumsi produk bersangkutan.³⁷

Engel, et al. mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan adalah evaluasi purnabeli di mana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan. Sedangkan menurut pakar pemasaran Kotler menandakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan dengan harapannya.

Ada kesamaan diantara beberapa defenisi di atas, yaitu menyangkut komponen kepuasan pelanggan (harapan dan kinerja / hasil yang dirasakan). Umumnya harapan pelanggan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya bila ia membeli yang dirasakan adalah persepsi pelanggan terhadap apa yang ia terima setelah mengkonsumsi produk yang dibeli.³⁸

2. Mengukur Kepuasan Pelanggan

Dalam mengukur kepuasan pelanggan, setidaknya ada dua aspek penting yang saling berkaitan: (1) apa yang diukur; dan (2) metode pengukuran. Mengingat kepuasan pelanggan merupakan ukuran yang relatif, maka pengukuran tidak boleh hanya bersifat “*on time, single shot*”

³⁷Fandi Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Yogyakarta: ANDI,2014), H.353

³⁸Thamrin dan Francis, *Manajemen Pemasaran*,(Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2013), H.45

studies”. Justru sebaiknya mengukur kepuasan pelanggan harus dilakukan secara regulerr agar dapat menilai setiap perubahan yang terjadi dalam kaitannya dengan relasi dengan setiap pelanggan.

a. Variabel yang diukur

Tidak ada satupun ukuran tunggal ‘terbaik’ mengenai kepuasan pelanggan yang disepakati sevara universal. Meskipun demikian, ditengah beragamnya cara mengukur kepuasan pelanggan . terhadap kesamaan paling tidak dalam enam konsep inti mengenai objek pengukuran:

a. Kepuasan pelanggan keseluruhan

Cara yang paling sederhana untuk pengukuran kepuasan pelanggan adalah dengan cara menanyakan kepada pelanggan seberapa puas mereka pada produk atau jasa spesifik tertentu.

b. Dimensi kepuasan pelanggan

Berbagai penelitian memilah kepuasan konsumen kedalam komponen-komponennya. Umumnya terdiri atas empat langkah. Pertama, mengidentifikasi dimensi-dimensi kepuasan pelanggan. Kedua, meminta pelanggan menilai produk/jasa perusahaan berdasarkan item-item spesifik, seperti kecepatan layanan, fasilitas layanan, dan keramahan staf layanan pelanggan. Ketiga, meminta pelanggan menilai produk/jasa pesaing dengan item-item spesifik yang sama. Keempat, memintak para pelanggan untuk menentukan dimensi-dimensi yang menurutmereka yang paling penting dalam menilai kepuasan pelanggan keseluruhan.

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.

c. Konfirmasi harapan

Dalam konsep ini, kepuasan tidak diukur langsung, namun disimpulkan berdasarkan kesesuaian/ ketidak sesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual produk perusahaan pada sejumlah atribut dan dimensi penting.

d. Minat pembelian ulang

Kepuasan pelanggan diukur secara behavioriel dengan jalan menanyakan apakah pelanggan akan berbelanja atau menggunakan jasa perusahaan lagi.

e. Kesiediaan untuk merekomendasi

Dalam kasus pembelian ulangnya relatif lama atau bahkan hanya terjadi satu kali pembelian, kesiediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran yang paling penting untuk dianalisis dan ditindak lanjuti.

f. Ketidak puasan pelanggan

Beberapa macam aspek yang sering digunakan gunamengetahui ketidak puasan pelanggan meliputi : (a) komplek. (b) return atau penngembalian produk, (c) biaya garansi, (d) *produc recall*, (e) gethok tular negatif, dan (f) *defection* (konsumen yang beralih ke pesaing).

- b. Ada beberapa metode yang dapat dipergunakan sentiap perusahaan untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggan (jugs

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.

pelanggan perusahaan pesaing). Kotler mengemukakan 4 metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu:³⁹

1. Sistem keluhan dan saran

Perusahaan yang memberikan kesempatan penuh bagi pelanggannya untuk menyampaikan pendapat atau bahkan keluhan merupakan perusahaan yang berorientasi pada konsumen (*costumer oriented*)

2. Survei kepuasan pelanggan

Sesekali perusahaan perlu melakukan survei kepuasan pelanggan terhadap kualitas jasa atau produk perusahaan tersebut. survei ini dapat dilakukan dengan penyebaran kuesioner oleh karyawan perusahaan kepada para pelanggan. Melalui survei tersebut, perusahaan dapat mengetahui kekurangan dan kelebihan produk atau jasa perusahaan tersebut, sehingga perusahaan dapat melakukan perbaikan pada hal yang dianggap kurang oleh pelanggan.

3. *Ghost Shopping*⁴⁰

Metode ini dilaksanakan dengan mempekerjakan beberapa orang perusahaan (*ghost shopper*) untuk bersikap sebagai pelanggan di perusahaan pesaing, dengan tujuan para *ghost shopper* tersebut dapat mengetahui kualitas pelayanan

³⁹Suharto Abdul Majid, Op .Cit h.65

⁴⁰ Setyaningsih Sri Utami, *Analisis Faktor-faktor yangm Mempengaruhi Kepuasan konsumen dalam Mempergunakan Jasa Transportasi PT. Solo Tentral Taxi di Surakarta* (JURNAL Ekonomi dan Kewirausahaan Vol 9 No. 1 April 2009), h. 33-34

perusahaan pesing sehingga dapat dijadikan sebagai koreksi terhadap kualitas pelayanan perusahaan itu sendiri.

4. Analisa pelanggan yang hilang

Metode ini dilakukan perusahaan dengan cara menghubungkan kembali pelanggannya yang telah lama tidak berkunjung atau melakukan pembelian lagi di perusahaan tersebut karena telah berpindah ke perusahaan pesaing. Selain itu, perusahaan dapat menanyakan sebab-sebab berpindahnya ke perusahaan pesaing.⁴¹

Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya adalah hubungan antara perusahaan dan pelanggan jasa harmoni, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan, reputasi perusahaan menjadi baik di mata pelanggan, dan laba yang diperoleh menjadi meningkat.

c. Ada Enam faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah:⁴²

1. Kualitas produk. Pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

⁴¹ Suharto Abdul Majid, Op .Cit h.66

⁴² Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik* , Edisi Empat, (Jakarta : Salemba Empat, 2001), h. 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.

2. Harga. Produk yang mempunyai kualitas yang sama dengan produk jasa lain, tetapi ditetapkan pada harga yang lebih murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya.
3. Kualitas pelayanan. Pada industri, adalah mutlak bahwa pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang pelanggan harapkan.
4. Emosional. Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa oranglain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu, sehingga membuatnya mengalami tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena dari produk, tetapi nilai sosial atau *self-esteem* yang membuat pelanggan menjadi puas terhadap merek tertentu.
5. Harga. Produk yang mempunyai kualitas yang sama dengan produk jasa lain, tetapi ditetapkan pada harga yang lebih murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya.
6. Biaya. Pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk/jasa (pengorbanannya semakin kecil), cenderung puas terhadap produk/ jasa.⁴³

⁴³ Rambat Lupiyoadi, *Ibid*, h. 58

D. Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan

Pendapat yang dikemukakan Juran menyatakan bahwa kepuasan pelanggan dapat dilihat bila kualitas pelayanan yang telah diberikan dapat memenuhi keperluan pelanggan. Ada beberapa hal yang menunjukkan pengaruh antara kualitas pelayanan kualitas pelayannya dengan kepuasan pelanggan diantaranya sebagai berikut:

1. Kualitas pelayannya yang lebih baik memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan kepuasan dan mengurangi ketidakpuasan pelanggan. Semakin baik kualitas pelayanan akan mengurangi kerja ulang dan pada akhirnya angka ketidakpuasan pelanggan dapat ditekan.
2. Bila kualitas pelayanan menunjukkan kepuasan yang tinggi, maka akan terjadi penekanan biaya pada titik yang terendah dan akan menjadikan pelanggan mengurangi biaya yang dikeluarkan

Untuk menciptakan kepuasan pelanggan adalah dengan menciptakan kualitas pelayanan yang tinggi dan upaya peningkatan kualitas pelayanan harus terus dilakukan menuju tingkat yang lebih lagi. Titip berat pelayanan jasa adalah penyediaan pelayanan yang baik dengan memperhatikan apa yang diinginkan oleh pelanggan.

Penelitian yang dilakukan oleh Hasan menyebutkan bahwa variabel-variabel kualitas pelayanan (*compliance, assurance, tangibles, reliability, responsiveness, empathy*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Ini berarti bahwa hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Semakin baik persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan perusahaan maka kepuasan konsumen juga semakin tinggi, dan jika persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan buruk maka kepuasan konsumen juga akan semakin rendah.

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.

E. Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pasien dalam Tinjauan Ekonomi Islam

Pelayanan menurut *ensiklopedi* Islam adalah suatu keharusan yang pengoperasiannya sesuai dengan prinsip syariah agar suatu pelayan di suatu perusahaan lebih terarah, maka pihak perusahaan harus mempunyai pedoman dan prinsip-prinsip yang dituangkan dalam ajaran Islam. Dimana Islam menekankan keabsahan suatu pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen dengan merasakan kepuasan secara maksimal.⁴⁴

Dalam Islam dijelaskan bahwa salah satu prinsip muamalah adalah pelayanan. Muamalah Islam sangat memperhatikan pelayanan yang baik kepada konsumen. Orang yang beriman diperintahkan untuk bermurah hati, simpatik, sopan dan bersahabat dalam melakukan dealing dalam bisnis. Allah telah mengingatkan dalam Al-Qur'an dengan perintah yang sangat ekspresif agar kaum muslimin bersifat simpatik, lembut, dan sapaan yang baik manakala ia berbicara dengan orang lain. Allah SWT. Berfirman dalam Al-Qur'an Surah Al-Baqarah Ayat 83, yaitu:

وَإِذْ أَخَذْنَا مِيثَاقَ بَنِي إِسْرَائِيلَ لَا تَعْبُدُونَ إِلَّا اللَّهَ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا وَذِي
الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَقُولُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا
الزَّكَاةَ ثُمَّ تَوَلَّيْتُمْ إِلَّا قَلِيلًا مِّنْكُمْ وَأَنْتُمْ مُّعْرِضُونَ ﴿٨٣﴾

Artinya: “Dan ingatlah ketika kami mengambil janji dari Bani Israil (yaitu): janganlah kamu menyembah selain Allah, dan berbuat baiklah kepada ibu bapak, kaum kerabat, anak-anak yatim, dan orang-orang miskin, serta ucapkanlah kata-kata yang baik kepada manusia, dirikanlah sholat dan tunaikanlah zakat. Tetapi kemudian kamu

⁴⁴Muhammad, *Pengantar Akuntansi Syariah*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka, 1999), cet. Ke-1, h. 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.

berpaling (mengingkari), kecuali sebagian kecil dari kamu, dan kamu (masih menjadi) pembangkang.”(Al- Baqarah : 83).⁴⁵

Ayat tersebut menjelaskan bahwa betapa Allah sangat menganjurkan kepada manusia untuk selalu berkata baik juga dengan sikap yang baik pula misalnya memberikan senyuman. Hal ini agar lawan bicara kita akan merasa nyaman. Dengan perasaan nyaman itulah konsumen akan merasa terlayani dengan baik dan akan merasa puas. Perasaan puas yang diberikan oleh konsumen juga akan memiliki dampak positif bagi perusahaan itu sendiri.

Mengenai pelayanan dalam hubungannya dengan kerja atau bisnis, Islam telah mengetahui bahwa setiap orang maupun organisasi memberikan layanan dengan kualitas terbaik. Pelayanan yang berkualitas adalah apabila yang dikerjakan seseorang untuk orang lain menimbulkan rasa tentram dan bahagia yang memberikan implikasi baik terbentuknya hubungan dalam rangka mempererat tali silaturahmi diantara kedua belah pihak.

Agar pelayanan sesuai dengan keinginan dan harapan konsumen maka kualitas pelayanan perlu ditingkatkan menjadi lebih baik. Untuk menciptakan pelayanan yang baik ialah melayani dengan sepenuh hati dan memberikan yang terbaik untuk konsumen agar mereka percaya dan tidak ragu terhadap pelayanan yang baik, ramah dan sopan sehingga mereka merasa nyaman. Hal ini akan membuat konsumen senang dan mendapatkan pelayanan yang memuaskan. Hal tersebut sesuai dengan firman Allah SWT surah Ali-Imran ayat 159, yaitu:

⁴⁵ Departemen Agama RI, *Al- Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung : AL -Jumanatul Ali ,2004) hlm .83

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.

فِيمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ^ط وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَأَنْفَضُوا مِّنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ^ط وَأَسْتَغْفِرْ لَهُمْ^ط وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ^ط فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ^ج إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

Artinya: “Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian, apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakal.”(Ali Imran 159).⁴⁶

Dalam teori Ekonomi Islam. Nilai- nilai yang menjadi panduan para pelaku ekonomi dan bisnis dalam melakukan aktivitasnya antara lain:⁴⁷

1. Tauhid

Tauhid merupakan fondasi ajaran Islam. Dengan tauhid, manusia menyaksikan bahwa “tiada satupun yang layak disembah selain Allah” dan tidak ada pemilik langit, bumi dan isinya, selain dari pada Allah”. Karena Allah adalah pencipta alam semesta dan isinya. Dan sekaligus pemiliknya, termasuk pemilik manusia dan seluruh sumber daya yang ada. Karena itu Allah adalah pemilik hakiki. Manusia hanya diberi amanah untuk “memiliki” untuk sementara waktu, sebagai ujian bagi mereka.

Dalam Islam, segala sesuatu yang ada tidak diciptakan dengan sia-sia, tetapi memiliki tujuan. Tujuan diciptakan manusia adalah untuk berhadapan kepada-Nya. Karena segala aktifitas manusia dalam hubungan

⁴⁶ Departemen Agama RI, *Al- Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung : AL -Jumanatul Ali, 2004) hlm .71

⁴⁷ Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam Sejarah, Konsep, Instrumen, Negara, dan Pasar*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2013) Cet. Ke-2. H. 25

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.

dengan alam dan Sumber Daya Manusia (mua'malah) dibingkai dengan kerangka hubungan dengan Allah.

2. Keseimbangan ('Adl)

Allah adalah pencipta segala sesuatu, dan salah satu sifatnya adalah adil. Dia tidak membeda-bedakan perlakuan terhadap makhluk-Nya secara zalim. Manusia sebagai khalifah di muka bumi harus memelihara hukum Allah di bumi, dan menjamin bahwa pemakaian segala sumber arahkan untuk kesejahteraan manusia, supaya semua mendapat manfaat dari padanya secara adil dan baik, sebagaimana firman Allah SWT dalam Surat Al- Hujurat : 13

يَأَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا
 إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ

Artinya: “Hai manusia, sesungguhnya kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal-mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia diantara kamu disisi Allah ialah orang yang paling taqwa diantara kamu. Sesungguhnya Allah maha mengetahui lahi Maha Mengenal”(QS. Al-Hujurat : 13)⁴⁸

Implikasi Ekonomi dari nilai ini adalah pelaku ekonomi dibolehkan untuk mengejar keuntungan pribadi bila hal itu merugikan orang lain.

3. *Nubuwwah*⁴⁹

Karena rahman, rahim dan kebijaksanaan Allah, manusia tidak dibiarkan begitu saja didunia tanpa mendapat bimbingan. Karena itu

⁴⁸ Departemen Agama RI, *Al- Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung : AL -Jumanatul Ali, 2004) hlm .517

⁴⁹ Akhmad Mujahidin, *Ibid*, h.26

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.

diutuskan para Nabi dan Rasul untuk menyampaikan petunjuk dari Allah kepada manusia tentang bagaimana hidup yang baik dan benar. Fungsi Rasul adalah untuk menjadi model terbaik yang harus diteladani manusia agar mendapat keselamatan didunia dan akhirat. Sebagaimana firman Allah SWT dan Surat Al-Ahzab (33) : 21.

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ
وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا ﴿٢١﴾

Artinya: “Sesungguhnya telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan di banyak menyebut Allah.” (QS.Al- Ahzab : 21)⁵⁰

4. Khalifah⁵¹

Status khalifah atau pengemban amanat Allah itu berlakun umum bagi semua manusia, tidak ada hak istimewa bagi individu atau bangsa tertentu sejauh berkaitan dengan tugas kekhalifaan itu. Sebagaimana firman Allah SWT dalam Surat Al-Baqarah (2) : 30.

وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلَائِكَةِ إِنِّي جَاعِلٌ فِي الْأَرْضِ خَلِيفَةً قَالُوا أَتَجْعَلُ فِيهَا مَن
يُفْسِدُ فِيهَا وَيَسْفِكُ الدِّمَاءَ وَنَحْنُ نُسَبِّحُ بِحَمْدِكَ وَنُقَدِّسُ لَكَ قَالَ إِنِّي
أَعْلَمُ مَا لَا تَعْلَمُونَ ﴿٣٠﴾

Artinya: “Ingatlah ketika Tuhanmu berfirman kepada para malaikat (“Sesungguhnya Aku hendak menjadikan seorang khalifah di muka bumi.” Mereka berkata : “ Mengapa Engkau hendak menadikan (Khalifah) dibumi itu orang yang akan membuat kerusakan padanya dan menumpahkan darah, padahal kami

⁵⁰ Departemen Agama RI, *Al- Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung : AL -Jumanatul Ali, 2004) hlm .420

⁵¹ Akhmad Mujahidin, *Ibid*, h. 26

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.

senantiasa bertasbih dengan memuji Engkau dan mensycikan engkau?” Tuhan berfirman : “ Sesungguhnya Aku mengetahui apa yang tidak kamu ketahui, “ (QS. Al- Baqarah :30)⁵²

5. *Ma'ad*

Secara harfiah *ma'ad* di artikan “Kembali”. Karena itu semua akan kembali kepada Allah. Hidup manusia bukan hanya dunia, tetapi terus berlanjut hingga alam akhirat. Sebagaimana firman Allah SWT dalam Surah Al-‘Alaq (96) : 8

إِنِّ إِلَىٰ رَبِّكَ أَلْرُّجَعِي

Artinya : “sesungguhnya Hanya kepada Tuhan mulah kembali (mu). “QS. Al-‘Alaq : 8)⁵³

Ayat diatas menjelaskan bahwa dunia untuk bekerja dan beraktivitas (beramal saleh). Namun demikian, akhirat lebih baik dari pada dunia. Oleh karena itu Allah melarang untuk terkait pada dunia, sebab jika dibandingkan dengan kesenangan akhirat, kesenangan dunia tidaklah seberapa.

Ada empat sifat Nabi Muhammad SAW dalam mengelolah bisnis menjadi *Key Succes Factort (KSF)* yaitu disingkat dengan SAFT :

1. *Shiddiq* (benar dan jujur)

Sikap jujur berarti selalu melandaskan ucapan, keyakinan, serta perbuatan berdasarakan ajaran Islam. Dalam dunia bisnis, kejujuran bisa juga ditampilkan dalam bentuk kesungguhan dan ketetapan, baik ketepatan

⁵² Departemen Agama RI, *Al- Qur'an danTerjemahnya*, (Bandung : AL -Jumanatul Ali ,2004) hlm .6

⁵³ Departemen Agama RI, *Al- Qur'an danTerjemahnya*, (Bandung : AL -Jumanatul Ali ,2004) hlm .597

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.

waktu, janji, pelayanan, pelaporan. Oleh karena itulah, Allah SWT memerintahkan orang-orang beriman untuk senantiasa memiliki sifat Shiddiq. Allah SWT berfirman dalam Surat At-Tawbah (9) : 119

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ ﴿١١٩﴾

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman bertawakalah kepada Allah, dan hendaklah kamu bersama orang-orang yang benar. (QS. At-Tawbah: 119)⁵⁴

2. Amanah (Terpercaya, kredibel)

Amanah berarti dapat dipercaya, bertanggung jawab, dan *kredibel*.

Amanah bisa juga bermakna keinginan untuk memenuhi sesuatu sesuai dengan ketentuan. Dalam melaksanakan setiap tugas dan kewajiban, amanah ditampilkan dalam keterbukaan, pelayanan yang optimal, dan ihsan (berbuat yang terbaik) dalam segala hal. Sebagaimana firman Allah SWT dalam Surat 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: “Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah Maha mendengar lagi Maha Melihat. “(QS. An-Nisa’ : 58)⁵⁵

⁵⁴ Departemen Agama RI, *Al- Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung : AL -Jumanatul Ali, 2004) hlm .206

⁵⁵ Departemen Agama RI, *Al- Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung : AL -Jumanatul Ali, 2004) hlm .87

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. *Fathanah* (Cerdas)

Fathanah dapat diartikan sebagai intelektual, kecerdasan atau bijaksana. Dalam dunia bisnis bahwa segala aktivitas dalam manajemen suatu perusahaan harus dengan kecerdasan dan bijaksana agar usaha bisa lebih efektif dan efisien serta mampu menganalisa situasi persaingan dan perubahan dimasa yang akan datang. Kecerdasan disini yaitu kecerdasan dalam bentuk spritual sebagaimana Allah SWT berfirman dalam Surat Al-Ra'd (13) : 3

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

Artinya: “Dan Dia-lah Tuhan yang membentangkan bumi dan menjadikan gunung-gunung dan sungai-sungai padanya. Dan menjadikan padanya semua buah-buahan berpasang-pasangan, Allah menutupkan malam kepada siang. Sesungguhnya pada yang demikian itu terdapat tanda-tanda (kebesaran Allah) bagi kaum yang memikirkan. (QS. Al-Ra'd : 3)⁵⁶

4. *Thabligh* (Komunikatif)

Sifat *Thabligh* artinya komunikatif dan argumentatif, dalam dunia bisnis orang yang memiliki sifat *Thabligh*, akan menyampaikannya dengan benar dan dengan tutur kata yang tepat. Dalam melayani seorang karyawan dituntut untuk bisa menyampaikan keunggulan-keunggulan produknya dengan jujur dan berbicara secara komunikatif dan benar.

Sebagaimana Allah berfirman dalam Surat Al-Ahzab (33) : 70-71

⁵⁶Departemen Agama RI, *Al- Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung : AL -Jumanatul Ali ,2004) hlm.249

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.

يَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ﴿٧٠﴾ يُصْلِحْ لَكُمْ أَعْمَالَكُمْ
وَيَغْفِرْ لَكُمْ ذُنُوبَكُمْ ۗ وَمَنْ يُطِيعِ اللَّهَ وَرَسُولَهُ فَقَدْ فَازَ فَوْزًا عَظِيمًا ﴿٧١﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan Katakanlah perkataan yang benar, niscaya Allah memperbaiki bagimu amalan-amalanmu dan mengapuni bagimu dosa-dosamu. Dan barang siapa mentaati Allah dan Rasul-Nya, Maka Sesungguhnya ia telah mendapat ketenangan yang besar. (QS. Al-Ahzab: 70-71).⁵⁷



⁵⁷Departemen Agama RI, *Al- Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung : AL -Jumanatul Ali ,2004) hlm .427