“ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PERCETAKAN MATAHARI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM”

SKRIPSI

Diajukan untuk melakukan penelitian sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar strata 1 (S1) pada jurusan ekonomi islam

KANTIA ULFA
3212.104

JURUSAN EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
BUKITTINGGI

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi dengan judul **"ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PERCETAKAN MATAHARI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM"**, yang disusun oleh **Kantia Ulfa NIM: 3212.104**, telah diuji dalam sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi pada hari Selasa tanggal 30 Agustus 2016 dan dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Program Strata Satu (S1) pada Jurusan Ekonomi Islam.

Bukittinggi, 08 September 2016

Tim Penguji

Ketua

Ali Rahmad, SH. MH
NIP. 19711226 199903 1002

Rahmi, MA
NIP. 19760515200901 2002

Yefni Jamil, MA
NIP. 19760204 200312 1004

Hj. Zulhelmi, SE.MM
NIP. 19640422 2014 2001

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi

H. Harfandi, SE. M.Si
NIP. 19621110 199903 1 003

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul **"ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PERCETAKAN MATAHARI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM"** yang disusun oleh saudari **KANTIA ULFA** NIM: 3212.104, telah memenuhi persyaratan ilmiah dan disetujui untuk diajukan ke Sidang Munaqasah

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Bukittinggi, 02 Agustus 2016

Pembimbing I	Pembimbing II
YEFRI JONI, MA	Hj. Zulhelmi, SE, MM
19760206 200312 1004	19640422 201411 2001

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul "**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PERCETAKAN MATAHARI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM"** yang disusun oleh **Kantia Ulfa Nim : 3212.104.** Jurusan Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi. Atas bimbingan BapakYefri Joni, MA dan Ibu Hj. Zulhelmi, SE. MM.

Latar belakang penulis mengangkat judul ini karena kualitas pelayanan menjadi standar kinerja bagi perusahaan jasa dan merupakan factor terpenting bagi kepuasan pelanggan. Dalam rangka mengembangkan pemikiran mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam perspektif ekonomi Islam, penulis melakukan penelitian mengenai keterkaitan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dalam perspektif ekonomi Islam di Percetakan Matahari Bukittinggi.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan Percetakan Matahari terhadap kepuasan pelanggan dalam perspektif ekonomi Islam. Dimensi Kualitas pelayanan terdiri dari *Responsivness, Reliability, Assurance, Empaty dan Tangibles.* Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data kemudian disusun, dijelaskan serta dianalisa.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan Percetakan Matahari Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Perspektif Ekonomi Islam telah memenuhi lima dimensi kualitas pelayanan yaitu; *tangible, realiability, responsiveness, assurance* dan *empaty*, namun ada beberapa hal yang belum maksimal dari pelayanan lima dimensi tersebut diantaranya, *realiability, responsiveness,* dan *empaty.* Sehingga Percetakan Matahari perlu memperbaiki pelayanan yang belum maksimal dan meningkatkan kualitas yang sudah ada agar terciptanya kepuasan pelanggan pada Percetakan Matahari.

Kata kunci: Kualitaspelayanan, kepuasanpelanggan.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikumWr.Wb

Alhamdulillahirabbil'alamin. Segala puji untuk Allah SWT. Atas rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul "ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PERCETAKAN MATAHARI DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM". Skripsi ini disusun guna menyelesaikan studi jenjang strata 1 (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Ekonomi Islam di IAIN Bukittinggi.

Dalam rangka menyelesaikan skripsi ini, penulis telah banyak mendapatkan dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, melalui lembaran ini penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Allah SWT. Sang Pencipta yang penuh Cinta, yang telah menganugerahkan pada hamba nikmat kesempatan waktu dan rahmat, sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas skripsi ini dengan baik.
2. Ibu **Dr. Ridha Ahida, M.Hum** selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi
3. Bapak **H. Harfandi, SE, M.Si** selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bukittinggi.
4. Bapak **Yefri Joni, M.A** selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam dan Dosen Pembimbing yang tanpa bosan memberikan bimbingan dan motivasi dalam menyelesaikan tugas skripsi ini.
5. Ibu **Hj. Zulhelmi, SE, MM** selaku Dosen pembimbing kedua yang tidak pernah lelah membimbing penulis untuk menyelesaikan tugas skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu dosen serta karyawan/I Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi yang telah memberikan penulis dengan berbagai ilmu pengetahuan diperguruan tinggi ini.
7. Orang tuaku tercinta "Mama dan Papa" yang telah mendo'akan ku siang dan malam, mendukung dan memotivasi hingga saat ini serta memberikan curahan kasih sayang selama ini. Semoga Allah SWT. mencurahkan kasih saying-Nya untuk Mama dan Papa.

8. Seluruh Mahasiswa/wi Jurusan Ekonomi Islam IAIN Bukittinggi semester akhir, terkhusus EI NR 2012 yang tidak pernah lelah memberikan semangat, motivasi, dukungan, bantuan dan do'a dalam menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih atas bantuan yang tidak akan penulis lupakan, semoga silaturahmi kita dapat terus terjalin.

9. Keluarga Besar Percetakan Matahari Bukittinggi yang telah membantu menyediakan fasilitasnya untuk penelitian skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang berlipat ganda kepada semua pihak atas seluruh bantuan dan amal baik yang telah diberikan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.Selain itu khusus ucapan terimaksih Kepada yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, Allah SWT.Semoga senantiasa memnberikan sinar terang kepada seluruh hamba-Nya dan semoga aktivitas penulis selalu diberkahi-Nya dan diberikan hidayah oleh-Nya.Aamiin.

Dikarenakan keterbatasan pengetahuan dan kemampuan, penulis menyadari banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini.Oleh karena itu, penulis berharap saran dan kritik sebagai masukan positif.Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.
Penulis

Kantia Ulfa
3212.104

DAFTAR ISI

Halaman

LEMBARAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

LEMBARAN PENGESAHAN TIM PENGUJI

ABSTRAK ……..... i

KATA PENGANTAR …… ii

DAFTAR ISI ……... iv

DAFTAR TABEL …….. vii

DAFTAR GAMBAR ……. vii

BAB I PENDAHULUAN

A. LatarBelakang ……. 1

B. IdentifikasiMasalah ……. 7

C. BatasanMasalah …….. 8

D. RumusanMasalah …… 8

E. TujuandanManfaatPenelitian …… 8

F. PenjelasanJudul ……... 9

G. KajianTerdahulu ……. 10

H. SistematikaPenulisan …….. 12

BAB II LANDASAN TEORI

A. Pelayanan ……. 14

1. PengertianPelayanan …….. 14

2. KualitasPelayanan …….. 14

3. Faktor-faktorPenyebabKualitasPelayanan Yang Buruk .. 17

B. Kepuasan ……. . 17

1. PengertianKepuasan …… . 17

2. KepuasanPelanggan …… . 18

3. MetodePengukuranKepuasanPelanggan ……..... 18

4. Faktor-faktor Yang MempengaruhiKepuasanPelanggan …. 20

C. KepuasanPelangganDalamPerspektif Islam ……. 21

D. KualitasPelayananDalamPerspektif Islam …… 25

E. HubunganKualitasPelayanandenganKepuasanPelanggan ……. 27

BAB III METODELOGI PENELITIAN

A. JenisPenelitian …… 31

B. LokasiPenelitian ……. 31

C. Sumber Data …… 31

1. Data Primer ……. 31

2. DataSekunder ……. 32

D. TeknikPengumpulan Data …….. 32

1. Populasi …… 32

2. Survey …….. 33

3. Wawancara …….. 33

4. Observasi ……. 34

E. MetodeAnalisis Data …….. 34

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. GambaranUmumPercetakan …….. 36

1. ProfilPercetakanMatahari ……. 36

2. SejarahPercetakanMatahari …… 36

3. VisidanMisiPercetakanMatahari …….. 38

4. StrukturOrganisasi ……. 39

5. Produk Yang Dihasilkan……. 40

6. KeunggulanProduk …… 44

7. GambaranPasar …….. 44

8. Dokumentasi Yang DigunakanPercetakan ……. 45

B. AnalisisKualitasPelayananPercetakanMatahariTerhadap

KpeuasanPelangganDalamPerspektifEkonomi Islam ……. 46

1. Tangible, (BuktiFisik) …… 46

2. Realiability, (Kehandalan) …….. 51

3. Responsiveness, (Ketanggapan) …….. 55

4. Assurance, (Jaminan) ……. 61

5. Emapty, (Emapti) …….. 63

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan ……. 67

B. Saran …… 67

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1 Data PerkembanganPenjualanPercetakanMatahari ……. 6
Tabel 2 Data PerkembanganPenjualanPercetakanMatahari …… 7

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1 Konsep Kepuasan Pelanggan ……. 24
Gambar 2 UndanganPernikahan ……. 40
Gambar 3 UndanganKhitanan …… 41
Gambar 4 KartuNama ……. 41
Gambar 5 Faktur/Notta …….. 42
Gambar 6 SablonanBaju ……. 42
Gambar 7 SablonanPlastik ……. 43
Gambar 8 Id Card ……... 43
Gambar 9 Piagam …… 43

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Menjadi Organisasi yang berfokus pada pelanggan adalah pilihan stretegis bagi industri dan dunia usaha agar mampu bertahan ditengah situasi lingkungan ekonomi yang memperlihatkan kecenderungan, seperti: fluktuasi curam, perubahan demi perubahan, persaingan tinggi, dan semakin canggihnya kualitas hidup. Salah satu caranya adalah dengan menciptakan kepuasan pelanggan (customer satisfaction) melalui peningkatan kualitas, karena pelanggan adalah fokus utama ketika kita mengungkap tentang kepuasan dan kualitas jasa.[1]

Kualitas memiliki keterkaitan erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat antara pelanggan dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan di mana perusahaan memaksimumkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan.Pada gilirannya, kepuasan dapat menciptakan kesetiaan dan

[1] Rambat Lupiyoadi,*Manajeman Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi*. Edisi 3 .(Jakarta: Salemba Emapat, 2013), hal. 204.

loyalitas pelanggan terhadap perusahaan yang memberikan kualitas memuaskan.[2] Kualitas pelayanan merupakan ukuran seberapa baik tingkat jasa yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan. Kualitas pelayanan juga merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan tingkat pengendalian, tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi harapan/ keinginan/ kebutuhan para pelanggan. Memiliki pelanggan yang loyal adalah tujuan akhir dari semua perusahaan.

Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada presepsi pelanggan. Hal ini berabrti bahwa cita kualitas yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau presepsi pihak penyedia perusahaan, melainkan berdasarkan sudut pandang atau presepsi pelanggan.[3]

Kini semakin disadari bahwa pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan. Meskipun demikian tidaklah gampang untuk mewujudkan kepuasan pelanggan secara menyeluruh. Pelanggan yang dihadapi saat ini berbeda dengan pelanggan pada beberapa dasawarsa lalu.Kini pelanggan semakin terdidik dan menyadari hak-haknya.[4] Pelanggan memang harus dipuaskan. Pelanggan yang tidak puas akan meninggalkan

[2] Fandy Tiptono, *Strategi Bisnis,* (Yogyakarta: Andy Offset, 2008), hal. 22.
[3] Fandy Tjiptono*, Manajemen Jasa,* (Yogyakarta: *Andi Offset*, 1996),hal. 61.
[4] Fandy Tjiptono*, Manajemen Jasa,* (Yogyakarta: *Andi Offset*, 1996),hal. 145.

perusahaan dan menjadi pelanggan perusahaan lain yang dapat memberikan kepuasaan yang lebih baik.[5]

Didalam sistem etika Islam, ada system penilaian atas perbuatan atau perilaku yang dilakukan manusia dengan kategori baik atau buruk. Perilaku baik adalah semua perilaku atau aktivitas yang dilakukan manusia didorong atau dimotivasi oleh kehendak akal fikir dan hati nurani dalam rangka menjalankan perintah Allah.Perilaku buruk dipahami sebagai semua aktivitas dilarang oleh Allah, dimana manusia dalam melakukan perilaku buruk didorong oleh keinginan hawa nafsu atau godaan syaitan.[6]

Dalam konteks sistem ekonomi, misalnya, Islam mempunyai model, karakter, dan rumusan-rumusan teori yang dapat digunakan umat islam menjalankan usahanya baik dalam aktivitas konsumsi, produksi, maupun distribusi.[7]

Dalam menentukan tingkat kepuasan, seseorang pelanggan sering kali melihat dari nilai lebih dari suatu produk dan kinerja pelayanan yang diterima dari suatu proses pembelian produk (jasa).[8]

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

---

[5] J. Supranto,*Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*,(Jakarta: Rineka Cipta, 2006), hal. 76.

[6] Muslich,*Bisnis Syariah Perspektif Mu'amalah dan Manajemen*, (Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, 2007), hal. 74.

[7] Dede Nurohman,*Memahami Dasar-Dasar Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Teras, 2006), hal. 14.

[8] Rambat Lupiyoadi, *Manajeman Pemasaran Jasa: BerbasisKompetensi*. Edisi 3, (Jakarta: Salemba Emapat, 2013), hal. 212.

yang buruk atau tidak berkualitas, setidaknya perusahaan harus memenuhi 5 kriteria kualitas pelayanan yang sering disebut RATER sehingga dapat menciptakan konsumen yang loyal, yaitu reabillity, assurance, tangible, empathy, dan responsiveness. Kehandalan dapat dilihat dari kemampuan untuk memberikan jasa secara akurat sesuai yang dijanjikan, jaminan dapat dilihat dari pengetahuan dan kemampuan karyawan untuk melayani dengan rasa percaya diri, bukti fisik dapat dilihat dari fasilitas yang kasat mata yang dapat dinikmati langsung oleh pelanggan, komunikasi yaitu karyawan harus memberikan perhatian secara individu kepada konsumen dan mengerti kebutuhan konsumen, sedangkan cepat tanggap kemampuan karyawan untuk membantu konsumen menyediakan jasa dengan cepat sesuai dengan yang diinginkan oleh konsumen.

Salah satu usaha yang bergerak dibidang jasa layanan adalah Percetakan Matahari yang berada di kota Bukittinggi. Aktivitas Karyawan Percetakan Matahari selalu berhadapan dengan pelayanan yang mengharapkan layanan yang maksimal. Dalam observasi awal yang dilakukan, terlihat adanya komplen pelanggan terkait dengan kepuasan pemesanan barang. Hasil dari faktur tersebut tidak sesuai dengan harapan pelanggan, sebelumnya pelanggan sudah memberikan contoh dalam bentuk nyata untuk dijadikan contoh bagi Percetakan Matahari tetapi karyawan Percetakan Matahari membuat settingan yang salah yaitu tidak adanya nomor faktur.

Menurut pelanggan nomor faktur sangatlah penting karena kalau tidak ada nomor fakturakan menyulitkan pelanggan dalam bertransaksi jual beli dan akhirnya faktur tersebut dikembalikan ke Percetakan Matahari untuk diperbaiki sesuai dengan harapan yang diinginkan oleh pelanggan tersebut.

Saat pengembalian faktur itu karyawan Percetakan Matahari terlihat kurang memberikan respon baik atau ramah kepada pelanggan.Ini adalah salah satu hal kecil tetapi berdampak besar untuk Percetakan Mataharidalam segi kualitas pelayanan karna tidak dapat memberikan kepuasan terhadap pelanggan.

Pelayanan yang berkualitas adalah perusahaan yang dapat membedakan dirinya dengan cara konsisten menyampaikan mutu lebih tinggi ketimbang pesaingnya, pihak perusahaan melakukan interaksi dengan pelanggan yang disertai umpan balik sebagai kontrol dan ukuran keberhasilan..Semakin meningkat jumlah pelanggan yang dilayani, semakin meningkat pula pendapatan dan laba perusahaan.

Tabel 1.1

Data Perkembangan Penjualan

Percetakan Matahari

Tahun 2011 - 2015

Tahun	Penjualan			
	Undangan	% Naik/Turun	Kartu Nama	% Naik/Turun
2011	207.000 lbr	-	720 ktk	-
2012	240.600 lbr	(0,8 %)	487 ktk	(1,4 %)
2013	163.500 lbr	(1,4 %)	553 ktk	(0,8 %)
2014	170.650 lbr	(0,9 %)	626 ktk	(0,8 %)
2015	180.500 lbr	(0,9 %)	500 ktk	(1,2 %)

Tabel 1.2

Data Perkembangan Penjualan

Percetakan Matahari

Tahun 2011 - 2015

Tahun	Penjualan					
	Faktur	% Naik/Turun	Sablon	% Naik/Turun	Lain-lain	% Naik/Turun
2011	240 rim	-	90 kodi	-	2.950 ctk	-
2012	236 rim	(0,6 %)	88 kodi	(1,0 %)	2.570 ctk	(1,1 %)
2013	215 rim	(1,0 %)	70 kodi	(1,2 %)	1.700 ctk	(1,5 %)

2014	180 rim	(1,1 %)	58 kodi	(1,2 %)	1.300 ctk	(1,3 %)
2015	144 rim	(1,2 %)	60 kodi	(0,9 %)	1.150 ctk	(1,1 %)

Sumber : Percetakan Matahari Bukittinggi

Dari data tersebut diatas, dapat dilihat bahwa perkembangan penjualan percetakan matahari untuk masing-masing produk yang dihasilkan mengalami fluktuasi.

Sehubungan dengan hal tersebut maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul "ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PERCETAKAN MATAHARI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM.

B. Identifikasi Masalah

1. Kurang baiknya pelayanan pada pelanggan Percetakan Matahari.
2. Tidak adanya kepuasan dari pelanggan Percetakan Matahari.
3. Perlunya pemahaman karyawan Percetakan Matahari terhadap kualitas pelayanan dalam perspektif ekonomi Islam.
4. Terjadinya fluktuasi dalam penjualan pada Percetakan Matahari.

C. Batasan Masalah

Dari identifikasi masalah yang ada, maka penelitian ini dibatasi pada kualitas pelayanan percetakan matahari terhadap kepuasan pelanggan dalam perspektif ekonomi Islam.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah yang ada, maka dikemukakan perumusan masalah yaitu :

"Bagaimanakah Kualitas Pelayanan Percetakan Matahari Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Perspektif Ekonomi Islam?

E. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui dan menjelaskan kualitas pelayanan percetakan matahari terhadap kepuasan pelanggan dalam perpektif ekonomi Islam.

2. Manfaat Penelitian

a. Bagi Penulis

Sebagai dasar pemahaman lebih lanjut dari teori-teori kualitas pelayanan dan pelanggan yang Penulis terima selama perkuliahan.

b. Bagi Percetakan Matahari

Hasil skripsi ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi Percetakan Matahari yang mungkin akan berguna untuk mendukung kelancaran dalam pelaksanaan kegiatan melayani pelanggan.

F. Penjelasan Judul

Untuk memperoleh gambaran yang jelas dan untuk menghindari pengertian yang salah tentang apa yang dimaksud dalam judul ini. Berikut ini dijelaskan maksud dari beberapa kata yang mempunyai makna penting dalam penulisan proposal.

Analisis : Penyelidikan terhadap suatu peristiwa untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya.[9]

Kualitas : Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.[10]

Pelayanan : Suatu sikap atau cara karyawan dalam melayani pelanggan secara memuaskan.[11]

Kepuasan Pelangga :Tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya.[12]

Perspektif Ekonomi Islam : Ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari pola perilaku manusia dalam memenuhi

[9]Departemen Pendidikan dan kebudayaan Republik Indonesia*, Kamus Besar BahasaIndonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1991), hal. 37.

[10] Fandy Tjiptono*, Manajemen Jasa,* (Yogyakarta: *Andi Offset*, 1996),hal. 51.

[11] Fandy Tjiptono*, Manajemen Jasa,* (Yogyakarta: *Andi Offset*, 1996),hal. 58.

[12] Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, (Yogyakarta: Andi Offset,1996), hal. 147.

kehidupannya yang sangat tidak terbatas dengan berbagai keterbatasan sarana pemenuhan kebutuhan yang berpedoman pada nilai-nilai Islam.[13]

Berdasarkan penjelasan judul diatas, maka secara keseluruhan yang penulis maksud disini adalah untuk mengetahui kualitas pelayanan percetakan matahari terhadap kepuasan dalam perspektif ekonomi Islam.

G. Kajian Terdahulu

Berdasarkan yang telah dilakukan sumber kepustakaan, penulis melihat bahwa masalah pokok dalam penelitian ini belum pernah diteliti sebelumnya. Penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya judul skripsi :

Skripsi dengan judul "Analisis Kualitas Pelayanan Pemerintah Nagari Terhadap Kepuasan Masyarakat di Nagari Balingka Kecamatan 1V Koto Kab.Agam" oleh **Debi Rahayu**, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi.Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar tingkat kualitas pelayanan yang diberikan oleh pemerintah nagari terhadap kepuasan yang dirasakan oleh masyarakat di Nagari Balingka Kecamatan 1V Koto Kabupaten Agam.Dari penelitian yang dilakukan diperoleh hasil perhitungan Indeks kepuasan yang dirasakan oleh

[13] Veithzal Rivai dan Andi Buchari,*Islamic Ekonomics*,(Jakarta:Bumi Aksara, 2009), hal. 24.

masyarakat terhadap 14 unsur pelayanan menggunakan pendekatan Nilai Rata-Rata Tertimbang (NRR).[14]

Skripsi dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Partisipasi Anggota Pada Koperasi (Studi kasus KSU Ummul Rahimah Kabupaten Sijunjung)" oleh **RefkiPutra**, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi. Tujuan penelitian ini adalah untuk memperoleh bukti empiris tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap partisipasi anggota pada KSU Ummul Rahimah Kabupaten Sijunjung. Hal ini dibuktikan melalui uji F, uji T daan Koefisien determinasi.[15]

Selain itu juga ada penelitian tentang "Pengaruh Kualitas Pelayanan Curtomer Service Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Plasa Telkom Kendatel Yogyakarta" Oleh **Nova Rina Nur Latifa**, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kualitas pelayanan customer service di plasa Telkom Kendel Yogyakarta, mengetahui loyalitas pelanggan di Plasa Telkom Kendatel Yogyakarta, dan mengetahui apakah ada atau tidak pengaruh kualitas pelayanan customer service terhadap loyalitas pelanggan di Plasa Telkom Yogyakarta. Hasil penelitian menunjukkan tingkat signifikan antara 2 variabel (x=pelayanan customer service dan y=loyalitas pelanggan di

[14]DebiRahayu, *Analisis Kualitas Pelayanan Pemerintah Nagari Terhadap Kepuasan Masyarakat Nagari Balingka Kecamatan 1V Koto Kec. Agam*, skripsi tidak diterbitkan.

[15] Refki Putra, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Partisipasi Anggota pada Koperasai (Studi Kasus KSU Ummul Rahimah Kabupaten Sijunjung*), skripsi tidak diterbitkan.

Plasa Telkom Kendatel Yogyakarta) menggunakan rumus korelasi tata jenjang Kendatel.[16]

Berdasarkan uraian diatas dapat kita lihat bahwa terdapat persamaan mendasar antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya, yaitu : bertujuan untuk mengukur kualitas pelayanan di masing-masing instansi.

H. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pembahasan penulisan dan mendapatkan gambaran yang utuh dan terpadu mengenai kajian ini, maka penulis menyusun sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan

Terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, penjelasan judul dan sistematika penulisan.

BAB II : Landasan Teori

Bab ini menguraikan tentang landasan teori yang berisikan; pengertian kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan dalam prespektif pasar Islam.

[16]Nova Rina Nur Latifa, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Plasa Telkom Kendatel Yogyakarta*, skripsi tidak diterbitkan.

BAB III : Metode Penelitian

Berisikan lokasi penelitian, jenis penelitian, sumber data, dan teknik pengumpulan data.

BAB IV : Pembahasan

berisikan tentang analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, serta bagaimana kinerjakaryawan dalam melayani pelanggan dalam perspektif pasar Islam.

BAB V : Penutup

Bab ini merupakan bab terakhir atau penutup yang berisi kesimpulan dan saran berdasarkan hasil pembahasan yang dilakukan Penulis.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pelayanan

1. Pengertian Pelayanan

Menurut Philip Kotler, pelayanan adalah suatu kinerja atau penampilan yang tidak terwujud. Lebih dapat dirasakan daripada dimiliki, serta pelanggan lebih dapat berpartisipasi aktif dalam mengkonsumsi pelayanan tersebut.[17]

Menurut Moenir, mengatakan bahwa pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung.[18]

Berdasarkan beberapa definisi diatas pelayanan adalah pelayanan yang diberikan menyangkut segala usaha yang dilakukan oleh seseorang dalam mencapai tujuan guna untuk mendapatkan kepuasan dalam hal pemenuhan kebutuhan.

2. Kualitas Pelayanan

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.[19]

---

[17] J. Supranto, Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Menaikkan Pangsa Pasar, (Jakarta: Rhineka Putra, 2006), hal. 227.

[18] Moenir, Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), hal. 16.

Menurut Wekof and Lovelock, kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.[20]

Pelayanan yang berkualitas menurut Valerie A. Zeithaml (dalam Rajawali View), adalah kemampuan suatu perusahaan menyajikan atau memenuhi apa yang dijanjikannya kepada pelanggan. Pelayanan yang berkinerja tinggi adalah pelayanan yang mampu memuaskan kebutuhan pelanggan, atau denga kata lain mampu melebihi harapan dari pelanggan.

Menurut Parasuraman, untuk mengevaluasi kualitas pelayanan menggunakan 5 dimensi:[21]

a. Tangible (Bukti Lansung)

Tangible, yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal.Penampilan dan kemampuan sarana dan prasaran fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Hal ini meliputi fasilitas fisik (contoh: gedung, gudang, dan lain-lain), perlengkapan, dan peralatan yang digunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.

---

[19] Fandy Tjiptono*, Manajemen Jasa,* (Yogyakarta: *Andi Offset*, 1996),hal. 51.

[20] Fandy Tiptono, *Manajemen Jasa,* (Yogyakarta: Andy Offset, 1996), hal. 59.

[21] Rambat Lupiyoadi, *Manajeman Pemasaran Jasa: BerbasisKompetensi*. Edisi 3, (Jakarta: Salemba Emapat, 2013), hal. 216.

b. *Reliability* (Kehandalan)

Reliability, yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.

c. *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Responsiveness, yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat, (responsif) dan tepat kepada pelanggan, dengan menyampaikan informasi yang jelas.Membiarkan pelanggan menunggu menciptakan presepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.

d. *Assurance* (Jaminan)

Assurance merupakan pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para p]karyawan perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi (communication), kredibilitas (credibility), keamanan (security), kompetensi (competence), dan sopan santun (courtesy).

e. *Emphaty* (Perhatian)

Emphaty yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan mereka. Hal ini mengharapkan bahwa suatu

perusahaan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

3. Faktor-faktor Penyebab Kualitas Pelayanan Yang Buruk

Beberapa kekurangan yang mungkin ada pada karyawan pemberi jasa pelayanan dan dapat berpengaruh terhadap presepsi pelanggan pada kualitas pelayanan misalnya[22]

a. Tidak terampil dalam melayani pelanggan.

b. Cara berpakaiannya tidak sesuai.

c. Tutur katanya kurang sopan atau bahkan menyebalkan.

d. Bau badannya mengganggu.

e. Selalu cemberut atau pasang tampang ‘angker’.

B. Kepuasan Pelanggan

1. Pengertian Kepuasan

Kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja yang diterima dengan yang diharapkan.[23]

2. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono, kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan terhadap satu jenis pengalaman pelayanan yang dialaminya, pada dasarnya

---

[22] Fandy Tiptono, *Strategi Pemasaran,* Edisi Ketiga, (Yogyakarta: Andy Offset, 1997), hal.85.

[23] Rambat Lupiyoadi, *Manajeman Pemasaran Jasa: BerbasisKompetensi*. Edisi 3, (Jakarta: Sa
lemba Emapat, 2013), hal. 228.

ada hubungan yang erat antara penentuan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.[24]

Kepuasan pelanggan adalah sasaran dan sekaligus alat pemasaran.[25] Kepuasan pelanggan jangka panjang menjadi tujuan dari semua aktivitas pemasaran bagi semua organisasi atau perusahaan. Fokus dari pendekatan berbasis hubungan untuk berbisnis adalah pemahaman tentang apa yang diinginkan dan dibutuhkan pelanggan dan memandang pelanggan sebagai aset jangka panjang yang akan memberikan pemasukan yang terus menerus selama kebutuhan pelanggan terpenuhi.

3. Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Ada beberapa metode yang dapat dipergunakan setiap perusahaan untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggannya (juga pelanggan perusahaan pesaing).Kotler, mengemukakan4 metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu: [26]

a. Sistem Keluhan dan Saran

Setiap perusahaan yang berorientasi pada pelanggan (customer oriental) perlu memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka.Media yang bisa digunakan meliputikotak saran yang diletakkan

[24] Rambat Lupiyoadi, *Manajeman Pemasaran Jasa: BerbasisKompetensi*. Edisi 3, (Jakarta: Sa
lemba Emapat, 2013), hal. 228.

[25]Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*. Cet. IV, (Jakarta: PT. Indeks, 2009), hal. 180.

[26] Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, (Yogyakarta: Andi Offset,1996), hal. 148.

ditempat-tempat strategis (yang mudah dijangkau atau sering dilewati pelanggan), menyediakan kartu komentar (yang bisa diisi langsung ataupun yang bisa dikirimkan via pos kepada perusahaan), meyediakan saluran telepon khusus (customer hot lines), dan lain-lain.

b. Survai Kepuasan Pelanggan

Umumnya banyak penelitian mengenai kepuasan pelanggan dilakukan dengan menggunakan metode survey, baik melalui pos, telepon maupun wawancara pribadi (McNeal dan Lamb dalam Peterson dan Wilson).

c. Ghost Shopping

Metode ini dilaksanakan dengan cara mempekerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan/pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing.

d. Lost customer analysis

Perusahaan berusaha menghubungi pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih pada perusahaan lainnya. Yang diharapkan adalah akan diperolehnya informasi penyebab terjadinya hal tersebut. Infoemasi ini sangat bermanfaat bagi perusahaan untuk mengambil kebijakan selanjutnya dalam rangka meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

4. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk jasa yang diterima dengan yang

diharapkan.Faktor utama penentu kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa.Apabila ditinjau lebih lanjut, pencapaian kepuasan pelanggan melalui kualitas pelayanan dapat ditingkatkan dengan beberapa pendekatan berikut ini.[27]

a. Memperkecil kesenjangan-kesenjangan yang terjadi antara pihak manajemen dan pelanggan. Contohnya, melakukan riset dengan metode fokus pelanggan (*customer focus*) yang mengedarkan kuesioner dalam beberapa periode untuk mengetahui persepsi pelayanan menurut pelanggan. Demikian juga, riset dengan metode pengamatan (observasi) bagi pegawai perusahaan tentang pelaksanaan pelayanan.

b. Perusahaan harus mampu membangun komitmen bersama untuk menciptakan visi dalam perbaikan proses pelayanan. Yang termasuk didalamnya adalah memperbaiki cara berfikir, perilaku, kemampuan, dan pengetahuan dari semua sumber daya manusia yang ada. Misalnya dengan metode curah gagasan/pendapat (*brainstorming*) dana*management bywalking around* - untuk mempertahankan komitmen pelanggan internal (pegawai).

c. Memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk menyampaikan keluhan. Dengan membentuk system keluhan dan saran, misalnya dengan *hotline* (panggilan nomor telepon) bebas pulsa.

[27] Rambat Lupiyoadi, *Manajeman Pemasaran Jasa: BerbasisKompetensi*. Edisi 3, (Jakarta: Salemba Emapat, 2013), hal. 228.

d. Mengembangkan dan menerapkan *partnershipaccountable*, proaktif, dan *partnership marketing* sesuai dengan situasi pemasaran. Perusahaan menghubungi pelanggan setelah proses pelayanan terjadi untuk mengetahui kepuasan dan harapan pelanggan (akuntabel).

C. Kepuasan Pelanggan Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Dalam pandangan Islam, yang menjadi tolak ukur dalam menilai kepuasan pelanggan adalah standar syariah.Kepuasan pelanggan dalam pandangan syariah adalah tingkat perbandingan antara harapan terhadap produk dan jasa yang seharusnya sesuai syariah dengan kenyataan yang diterima.

Sebagai pedoman untuk mengetahui tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan, maka sebuah perusahaan barang maupun jasa harus melihat kinerja perusahaannya yang berkaitan dengan :

1. Sifat Jujur

Jujur adalah sikap atau sifat seseorang yang menyatakan sesuatu dengan sesungguhnya dan apa adanya, tidak ditambahi atau tidak dikurangi. Sebuah perusahaan harus menanamkan sifat jujur kepada seluruh personal yang terlibat dalam perusahaan tersebut. Hal ini berdasarkan sabda Nabi SAW .

"*Muslim itu adalah saudara muslim. Tidak boleh bagi seseorang muslim, apabila ia berdagang dengan saudaranya dan menemukan cacat, kecuali diterangkannya."*(HR. Ahmad dan Thobrani).[28]

2. Sifat Amanah

Amanah adalah mengembalikan hak apa saja kepada pemiliknya, tidak mengambil sesuatu melebihi haknya dan tidak mengurangi orang lain, baik berupa harga ataupun yang lainnya.

3. Benar

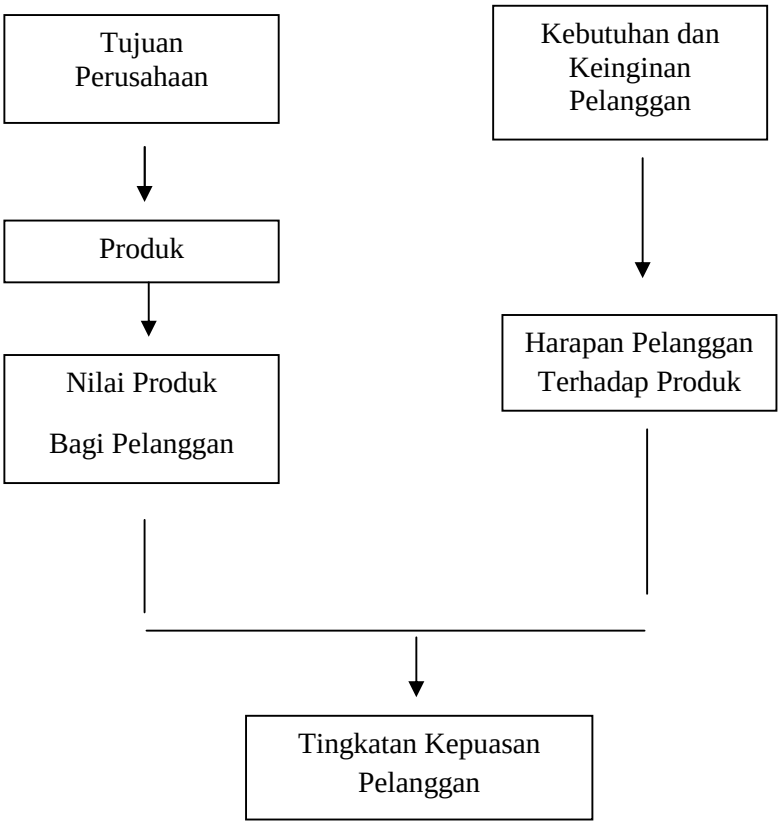
Berdusta dalam dagang sangat dikecam dalam Islam, terlebih lagi jika disertai dengan sumpah palsu atas nama Allah. Dalam hadist mutafaq'alaih dari hakim bin Hazm disebutkan bahwa:

"*Penjual dan pembeli bebas memilih selama belum putus transaksi, jika keduanya bersikap benar dan menjelaskan kekurangan barang yang diperdagangkan maka keduanya mendapatkan berkah dari jual belinya, Namun, jika keduanya saling menutupi aib barang dagangan itu dan berbohong maka jika mereka mendapatkan laba, hilanglaj berkah jual beli itu*".[29]

[28] Yusuf Qardhawi, Norma dan Etika Ekonomi Islam, (Jakarta: GIP, 1997), hal. 178.
[29] Yusuf Qardhawi, Norma dan Etika Ekonomi Islam, (Jakarta: GIP, 1997), hal. 175.

Gambar 2.1

Konsep Kepuasan Pelanggan[30]



Sumber: Tjiptono, Fandy

Suatu perusahaan dalam memasarkan produknya pasti mempunyai alasan mengapa meluncurkan produk tersebut.Pada dasarnya, perusahaan menginginkan produknya disukai pelanggan yang memenuhi kebutuhan serta mewujudkan harapan sehingga serasa puas.Secara idealnya, perusahaan menciptakan produk berkualitas yang sejalan dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan agar terwujud harapan pelanggan terhadap produk

[30] Fandy Tiptono, *Strategi Bisnis,* (Yogyakarta: Andy Offset, 2008), hal. 28.

perusahaan sehingga menumbuhkan tingkat kepuasan konsumen yang akhirnya dapat menciptakan konsumen yang dapat menguntung perusahaan.

D. Kualitas Pelayanan Dalam Perspektif Islam

Ketentuan Allah swt.yang berkaitan dengan manusia disebut sebagai syariat yang artinya adalah jalan atau hukum/aturan. Tentunya, syariat bagi umat Islam adalah syariat Islam. Menurut Imam Ghazali, tujuan utama syariat adalah memelihara kesejahteraan manusia yang mencakup perlindungan keimanan (aqidah), kehidupan, akal, keturunan, dan harta benda (mal) mereka.[31]

Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha yang baik berupa barang maupun pelayanan/jasa hendaknya memberikan yang berkualitas, jangan memeberikan yang buruk atau tidak berkualitas kepada orang lain. Seperti dijelaskan dalam Al-Quran surat Al-Baqarah ayat 267:



Artinya: *"Hai orang orang yang beriman, nafkahkanlah (dijalan Allah) sebagaian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu dan jangnlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu nafkahkan darinya padahal*

[31] Veithzal Rivai, Amiur Nuruddin, Faisar Ananda Arfa, *Islamic Business And Economic Ethics*. Cet. 1, (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), hal. 18.

> *kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji"*

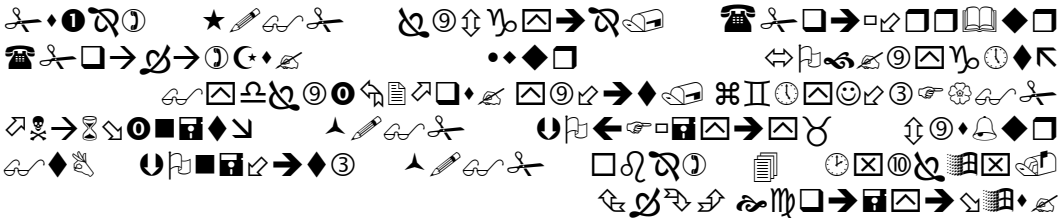
Ajaran Islam sangat tegas, bahwa tingkat kualiatas tidak hanya melihat kualitas output saja, tetapi sangat diperhatikan juga kualitas proses. Proses operasi harus dilakukan secara tepat, terarah, jelas, dan tuntas atau dengan istilah lain harus professional.

Dari Abu Huroiroh –rodhiyallahu 'anhu-, sesungguhnya Rosulullah Shollalloohu 'Alaihi Wasallam- telah bersabda, " Barang siapa yang beriman kepada Allah dan hari akhir maka hendaknya ia berkata yang baik-baikatau diam. Dan barang siapa yang beriman kepada Allah dan hari akhir maka hendaknya ia memuliakan (menghormati) tetangganya. Dan barang siapa yang beriman kepada Allah dan hari kiamat akhir maka hendaknya ia memuliakan (menghormati) tamunya." Dalam hadist yang lain Rasulullah SAW juga bersabda:

> "Sebaik-baiknya manusia ialah yang paling banyak memberikan manfaat bagi manusia lainnya".

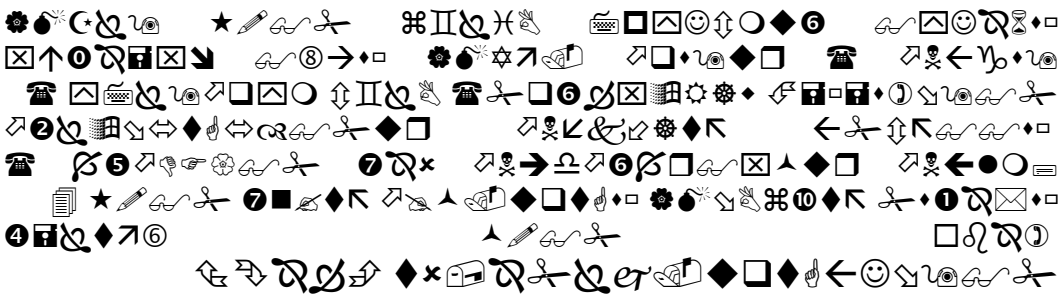
Semua ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dalam perspektif Islam tidak bisa lepas, karena untuk melayani dengan baik seorang pegawai harus memiliki kejujuran, bertanggung jawab, dapat dipercaya, tidak menipu, melayani dengan khitmah dan juga tidak melupakan akhirat.

Dalam Islam, menepati janji (*realiability*) merupakan hal yang sangat penting. Hal ini sebagaimana yang tercantum dalam surat An-Nahl ayat 91 yang berbunyi:



Artinya: *"Dan tepatilah perjanjian dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu mebatalkan sumpah-sumpahmu itu sesudah meneguhkannya, sedang kamu telah menjadikan Allah sebagai saksimu, sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat".*[32] *(Q.S. An-Nahl:91)*

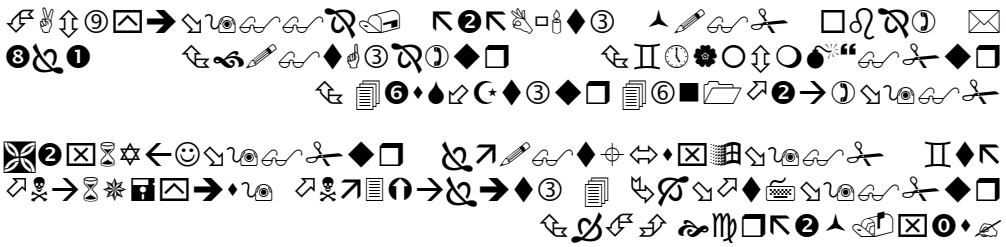
Dalam Islam, manusia dituntut untuk selalu cepat tanggap (responsiveness) dalam segala urusan. Hal ini sebagaimana tercantum dalam Al-Qur'an surat Ali Imran ayat 159 yang berbunyi.



Artinya: *"Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasa, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu, karena itu ma'afkanlah mereka dalam urusan itu".*

[32] Yayasan Penyelenggaraan Penterjemahan/Penafsir Al-Quran, Departemen Agama Republik Indonesia, Al-Qur'an dan Terjemahannya, (Bandung: J-art, 2004), Q.S An-Nahl:91.

Dalam Islam juga, Allah memerintahkan kita untuk senantiasa bersikap peduli dan berbuat kebaikan kepada siapapun hal ini terdapat dalam Al-Qur'an surat An-Nahl ayat 90 yang berbunyi:



Artinya: *"Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, member kepada kaum kerabat dan Allahmelarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran".*[33]

Pelayanan terhadap pelanggan dalam perspektif ekonomi islam bisa dilihat dari pelayanan prima yang diberikan oleh Percetakan Matahari, dimulai dari karakteristik pelayanan dan juga etika pelayanan.

Oleh karena itu percetakan matahari bukan hanya memberikan kualitas dalam segi pelanggan saja tetapi juga harus memberikan kualitas dalam proses produksi yang diinginkan oleh pelanggan karna itu menjadi salah satu peran agar terciptanya kepuasan pelanggan pada Percetakan Matahari.

E. Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan

[33] Abdullah bin Muhammad, *Tafsir Ibnu Katsir. Jilid 5,*(Kairo: Pustaka Imam Asy-Syafi'I, 2012), hal. 229.

Dewasa ini banyak perusahaan (termasuk perusahaan jasa) yang menyatakan bahwa tujuan perusahaan yang bersangkutan adalah untuk memuaskan pelanggan.Cara pengungkapannya mungkin beragam. Ada yang merumuskannya "memberikan segala sesuatu yang diharapkan setiap pelanggan", "pelanggan adalah raja", "kepuasan pelanggan adalah tujuan kami", dan lain sebagainya.[34]

Salah satu indikator yang cukup handal yang dapat mempengaruhi pelanggan adalah kualitas pelayanan, kualitas pelayanan sendiri adalah persepsi keseluruhan kinerja perusahaan dan sering berubah-ubah.

Pembahasan tentang kualitas merupakan sesuatu yang kompleks karena penilaian kualitas pelayanan berbeda dengan kualitas produk, terutama karena sifatnya yang tidak nyata (intangible) dan pola produksi serta konsumsinya yang berjalan secara simultan. Disamping perbedaan karakteristik ini, dalam penilaian kualitas pelayanan, pelanggan terlibat secara langsung serta ikut didalam proses jasa tersebut, sehinggan yang dimaksud dengan kualitas pelayanan adalah bagaimana tanggapan pelanggan terhadap pelayanan atau jasa yang dirasakan (Jasfar).

Banyak cara yang dapat digunakan perusahaan untuk memuaskan kebutuhan pelanggan. Engel, et al. mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli dimana alternative yang dipilih sekurang kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui

[34] Fandy Tiptono, *Strategi Bisnis,* (Yogyakarta: Andy Offset, 2008), hal. 145.

harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan. Sedangkan pakar pemasaran Kotler, menandaskan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya.[35]

Ada 6 Indikator Kepuasan Pelanggan menurut Tjiptono :

1. Kepuasan Pelanggan Keseluruhan (Overaal Customer Satisfaction), Pelanggan langsung ditanya seberapa puas dengan produk atau jasa. Kepuasan diukur berdasar produk atau jasa perusahaan bersangkutan dan membandingkan dengan tingkat kepuasan keseluruhan terhadap produk atau jasa pesaing.

2. Dimensi Kepuasan Pelanggan

Mengidentifikasi dimensi-dimensi kunci kepuasan pelanggan dan meminta pelanggan menilai produk atau jasa berdasrkan item spesifik, seperti kecepatan layanan, fasilitas layanan atau keramahan staff.

3. Konfirmasi harapan

Kepuasan tidak diukur langsung.Namun disimpulkan berdasar kesesuaian/ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja actual produk pada sejumlah atribut atau dimensi penting.

4. Minat pembelian ulang

[35]Fandy Tiptono, *Manajemen Jasa,* (Yogyakarta: Andy Offset, 1996), hal. 146.

Kepuasan pelanggan diukur berdasarkan perilaku dengan jalan menanyakan pelanggan apakah akan berbelanja atau menggunakan jasa perusahaan lagi.

5. Kesediaan untuk merekomendasi

Dalam kasus pembelian ulangnya relative lama atau bukan hanya terjadi satu kali pembelian kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk kepada teman atau keluarga.

6. Ketidakpuasan pelanggan

Ketidakpuasan pelanggan meliputi complain, retur, biaya garansi, product recall, gethok tular negative dan konsumen yang beralih ke pesaing.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Metode penelitian yang di ambil adalah kualitatif, yaitu metode yang dilakukan dengan menggambarkan objek penelitian berdasarkan fakta yang ada di lapangan (*field research*).Sedangkan dari penelitian pustaka hanya sebagai pelengkap secara teoritis terhadap permasalahan yang diteliti. Karena itu penulis akan menganalisis secara lengkap bagaimana Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Perspektif Ekonomi Islam pada Percetakan Matahari Bukittinggi.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Percetakan Matahari, Jalan Sultan Syahrir Simpang tarok. Bukittinggi

C. Sumber Data

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari narasumber dilakukan tanpa perantara berupa tindakan-tindakan sosial dan kata-kata dari pihak yang terkait dengan masalah yang diteliti[36].Dalam teknik pengumpulan data peneliti bisa mendapatkan informasi secara langsung melalui percakapan atau tanya jawab kepada pemilik perusahaan, karyawan atau pelanggan dan juga bisa dengan melihat secara langsung berbagai

[36] Lexy J. Moleong, Metode Penelitian Kualitatif. (Bandung: Remaja Rosdakarya Offset, 1997).

aktivitas yang berlangsung dan juga digunakan sebagai sarana untuk memperoleh data-data yang berkaitan dengan gambaran umum tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam perspektif ekonomi Islam pada Percetakan Matahari Bukittinggi.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung, yaitu melalui sarana media perantara.Dalam data sekunder ini peneliti menggunakan penelitian kepustakaan.Karena itu, data yang diperoleh didalam penelitian ini digali dari bahan-bahan tertulis baik dari buku-buku ataupun dari karya ilmiah lainnya yang berkaitan langsung dengan pembahasan skripsi ini.

D. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data yang akurat dan guna mengungkapkan permasalahan dalam penelitian ini, penulis menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yaitu:

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian yang akan diteliti.[37]Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek penelitian yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Percetakan Matahari.

[37] Suharsimi Arikunto, Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek, (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), hal. 108.

2. Survey

Penelitian survey adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tapi data yang dipelajari adalah dari data sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relative, distributive dan hubungan-hubungan antara variabel.

3. Wawancara

Salah satu metode pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, yaitu suatu kegiatan yang dilakukan untuk mendapatkan informasi secara langsung dengan mengungkapkan pertanyaan-pertanyaan pada para responden.Wawancara bermakna berhadapan langsung antara interviewer(s) dengan responden, dan kegiatannya dilakukan secara lisan.[38] Dengan menggunakan teknik ini peneliti bisa lebih mengetahui kelebihan dan kekurangan Percetakan Matahari Bukittinggi dalam pelayanan yang diberikan kepada pelanggannya.

4. Observasi

Metode observasi adalah suatu teknik yang dilakukan dengan cara mengadakan pengamatan secara teliti serta secara sistematis.[39] Metode observasi ini dilakukan dengan mencari data yang diperlukan, pada tahap awal observasi dilakukan secara umum untuk memperoleh data tentang kondisi obyek penelitian antara lain lokasi penelitian, proses yang ada ditempat penelitian. Tahapan selanjutnya peneliti harus terfokuskan untuk

[38]Joko Subagyo, *Metodologi Penelitian dan Teori Praktek.* Cet. Ketiga, (Jakarta: Rineka Cipta, 1999), hal 39.

[39] Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), hal. 86.

mulai melakukan pengumpulan data atau informasi yang diperlukan peneliti.

E. Metode Analisis Data

Berdasarkan inti penyusunan diatas maka dalam melaksanakan penganalisaan penyusunan penelitian ini penulis menggunakan metode analisis yang bersifat kualitatif.Analisis kualitatif yaitu dengan menggunakan analisis deskriptif, membandingkan teori yang dipelajari dengan kenyataan yang penulis temukan dilapangan. Setelah data terkumpul penulis mengolahnya dengan mengadakan seleksi terhadap data, kemudian akan diklasifikasi sesuai aspek masalah yang telah disusun, kemudian akan dianalisa dengan cara sebagai berikut:

1. Deduktif, menganalisa data berangkat dari pengetahuan umum dan bertitik tolak dari pengetahuan yang bersifat umum itu dinilai kejadian yang bersifat khusus.[40]
2. Induktif, yaitu menganalisa dan berangkat dari fakta-fakta yang sifatnya khusus kemudian ditarik kesimpulan yang bersifat umum.[41]
3. Komperatif, yaitu menganalisa suatu masalah melalui analisa terhadap faktor-faktor tertentu yang berhubungan dengan fenomena yang diteliti dan membandingkan satu faktor dengan faktor lain.[42]
4. Deskriptif Analisa, yaitu pengumpulan ta-data kemudian disusun, dijelaskan serta dianalisa.

---

[40] Sutrisno Hadi, Metodelogi Research, (Yogyakarta: Yayasan penerbit Fakultas Psikologi UGM, 1987), hal. 36.

[41] Sutrisno Hadi, Metodelogi Research, (Yogyakarta: Yayasan penerbit Fakultas Psikologi UGM, 1987), hal. 42.

[42] Winarno Surachman, Pengantar Penelitian Ilmiah, (Bandung: PT. Tarsito, 1985), hal. 135.

Hasil analisis kemudian disimpulkan dengan mengemukakan fakta atau kenyataan dari hasil penelitian, yaitu Kualitas pelayanan percetakan matahari terhadap kepuasan pelanggan dalam perspektif ekonomi Islam yang kemudian menjelaskan teori-teori atau dalil yang bersifat umum tentang pelayanan menurut perspektif ekonomi Islam, yang kemudian dianalisa menggunakan teori-teori tersebut sehingga pada akhirnya dapat ditarik suatu kesimpulan.

BAB 1V

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Percetakan

1. Profil Percetakan Matahari

Pemilik Usaha : Muhammad Iwan

Nama Usaha : Percetakan Matahari

Bidang Usaha : Percetakan

Jenis Produk/Jasa : Undangan Pernikahan, Khitanan,Kartu Nama dan segala jenis cetakan

Alamat Perusahaan : Jl. Sultan Syahrir No. 60 A, simpang Tarok. Bukittinggi

Nomor Telepon : 085363527321

Alamat E-mail : Percetakan.Matahari@yahoo.co.id

Mulai Berdiri : 2009

.

2. Sejarah Percetakan Matahari

Berdirinya Percetakan Matahari di Bukittinggi tidak lepas dari sejarah Bapak Iwan selaku perintis dan pendiri percetakan tersebut.Berawal dari modal nol, Bapak Iwan berkeinginan untuk mengangkat dirinya dan kehidupan keluarganya yang termasuk ekonomi lemah. Perjalanan karirnya diawali dengan menjadi seorang karyawan disebuah perusahaan, karna gaji yang cukup minim beliau tetap gigih

untuk mengumpulkan modal sedikit demi sedikit untuk mendirikan sebuah usaha, maka pada tanggal 17 Juli 2009 berdirilah Percetakan Matahariyang bergerak dibidang percetakan, penerbitan dan perdagangan umum.

Sebelum memulai usaha ini, awalnya saya hanyalah seorang karyawan biasa, saya pernah bekerja dipercetakan Padang selama 2 tahun, kemudian saya pindah ke Bukittinggi dan bekerja selama 5 tahun. Dengan tekat dan keinginan yang kuat, saya mencoba membuka usaha ini untuk keberlangsungan hidup saya dan keluarga dengan alat produksi seadanya yaitu satu komputer dan satu printer dan keahlian dalam bidang desain, saya yakin Allah SWT akan membantu niat baik saya dalam menjalankan usaha ini dan Alhamdulillah Percetakan Matahari sampai saat ini masih berdiri untuk melayani masyarakat".[43]

Percetakan Matahari ini masih termasuk perusahaan kecil dan berproduksi masih dibawah kapasitas produksi yang dimilikinya, berkat ketekunan dan keuletan pemilik perusahaan dalam meningkatkan usahanya, maka perusahaan dapat berkembang dengan baik .

Percetakan yang bergerak dibidang jasa ini ikut ambil bagian pelayanan masyarakat dalam bidang cetak (khususnya dalam cetak undangan). Seiring dengan berjalannya waktu kami komitmen akan terus berupaya memperbaharui sistem kerja, management, serta terus berinovasi untuk menampilkan desain-desain baru disamping menjaga kualitas,

[43] Bapak Iwan, Pemilik Percetakan Matahari, Wawancara Pribadi Tanggal 14 Juni 20016.

sehingga dapat memenuhi tuntunan pasar, yang pada gilirannya akan memuaskan para pelanggan.

Didalam pelayanan kami selalu mengutamakan selera atau permintaan pelanggan, sehingga tidaklah berlebihan kiranya bila kami menerapkan konsep "The customer is king, and the customer is always right" (Langganan adalah raja dan langganan selalu betul).

3. Visi dan Misi

a. Visi Percetakan Matahari

Untuk menjadi perusahaan percetakan yang dapat memenuhi permintaan pelanggan dengan produk yang berkualitas dan senantiasa meningkatkan produktivitas demi kemajuan perusahaan.

b. Misi Percetakan Matahari

1). Kepuasan pelanggan.

2). Cetakan berkualitas dan tepat waktu.

3). Meningkatkan kemampuan karyawan.

4). Mengikuti perkembangan teknologi.

Dalam menjalankan usaha ini, banyaknya kendala yang ditemukan seperti modal yang terbatas dalam mengembangkan usaha, sulitnya dalam pencarian tenaga kerja dan keterbatasan bahan-bahan produksi yang digunakan dalam pembuatan undangan dan cetakan lainnya".[44]

[44]Diskusi dengan Bapak Iwan, Pemilik Percetakan Matahari, Wawancara Langsung pada Tanggal 14 Juni 2016.

4. Struktur Organisasi

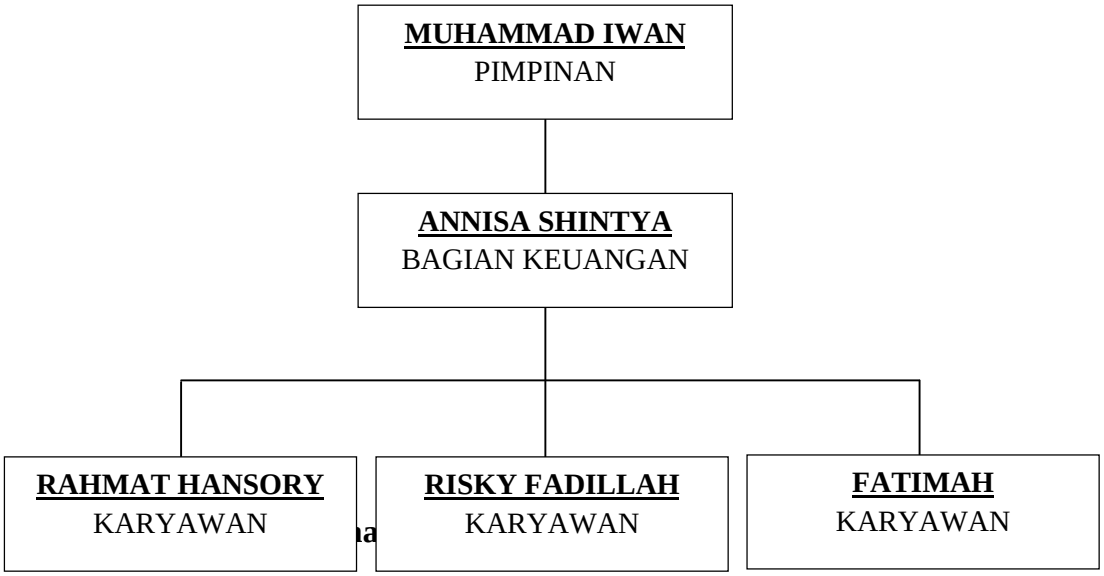
Struktur organisasi Percetakan Matahari berfungsi untuk menggambarkan susunan dan hubungan antar posisi serta menentukan pembagian tugas, wewenang, dan tanggung jawab yang melibatkan seluruh perangkat pada Percetakan Matahari dalam menjalankan operasional untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Dengan kata lain struktur organisasi sangat dibutuhkan dalam suatu organisasi. Karena dengan struktur organisasi kita dapat memahami bagian dan kerja masing-masing setiap anggota organisasi yang mana ini juga mencerminkan sikap profesionalisme suatu perusahaan atau organisasi.

Untuk saat ini dalam struktur organisasi kami terdiri dari 5 orang untuk melakukan pengendalian dan koordinasi seperti yang digambarkan sebagai berikut:

Gambar 4.1

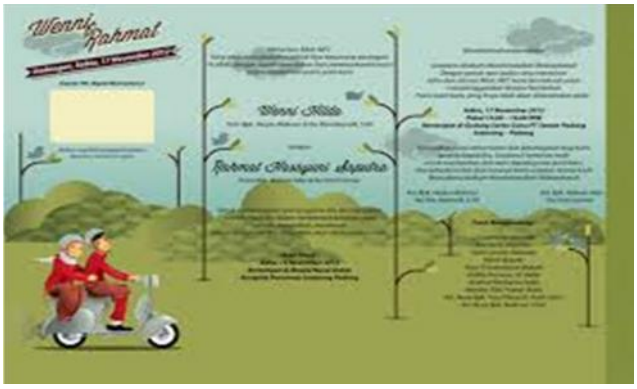
Struktur Organisasi Percetakan Matahari



a. Berbagai Jenis Undangan

Menyediakan layanan jasa cetak (percetakan) berbagai jenis undangan. Undangan yang akan dicetak akan didesain sebaik mungkin sesuai dengan permintaan konsumen. Dapat juga ditambahkan dengan ide ataupun saran dari karyawan yang bertugas sebagai desain grafis. Harga undangan blangko/pabrik dimulai dari harga Rp. 1.500,00/undangan sedangkan undangan olahan perusahaan dimulai dari harga Rp. 2.000,00./undangan selanjutnya harga ditetapkan tergantung keinginan dan permintaan pelanggan.

Gambar. 4.1.
Contoh Undangan Pernikahan



Gambar. 4.2.
Contoh Undangan Khitanan



b. Identitas Promosi Perusahaan/ Kartu Nama

Menyediakan layanan jasa cetak (percetakan) berbagai jenis kartu nama yang menunjukkan identitas dan media promosi sebuah perusahaan/lembaga. Disajikan dalam berbagai macam pilihan bahan, ukuran, warna yang dapat dipilih sesuai dengan keinginan konsumen dengan harga yang terjangkau. Harga kartu nama Rp. 35.000,00/box dengan isi 100 lembar.

Gambar. 4.3.
Contoh Kartu Nama



c. Faktur/Notta Perusahaan

Menyediakan layanan jasa cetak (percetakan) berbagai jenis faktur/notta perusahaan yang menunjukkan bukti pembayaran seorang pembeli atau pelanggan.Harga 2 rangkap faktur Rp. 110.000,00, selebihnya harga ditetapkan tergantung permintaan pelanggan.

Gambar. 4.4.
Contoh Faktur/Notta



PT. SAMPLE INDONESIA

FAKTUR TAGIHAN

d. Menyablon

Menyediakan layanan jasa cetak (percetakan) berbagai jenis sablonan dalam bentuk kertas, bahan atau lainnya. Harga Rp. 60.000,00/helai

Gambar. 4.5.
Contoh Sablonan Baju



Gambar. 4.6.
Contoh Sablonan Plastik



e. Cetakan Lain-lain

Menyediakan layananan jasa cetak (percetakan) berbagai jenis cetakan lainnya seperti pembuatan sampul buku, kalender, Id card, dll.

Gambar. 4.7.
Contoh Id card



Gambar. 4.8.
Contoh Piagam



6.Keunggulan produk

a. Undangan pernikahan yang selalu berbeda-beda (special desain).
b. Produk yang dihasilkan sesuai dengan permintaan pelanggan.
c. Pemberian potongan harga (diskon) bagi pelanggan yang memesan banyak.
d. Perancangan produk yang terus dikembangkan dengan desain-desain baru yang menarik.
e. Penguasaan teknologi produksi sehingga mampu menghasilkan produk dengan kualitas tinggi.

7. Gambaran Pasar

Gambaran pasar dari usaha ini sudah cukup jelas.Mengingat setiap manusia yang hidup didunia ini pasti ada keinginan untuk melangsungkan pernikahan yang diwajibkan dalam agama Islam.Apalagi dizaman modern sekarang, hampir dipastikan dalam setiap melakukan acara resepsi pernikahan memesan undangan untuk mengundang para teman dan saudara.

Jadi, selama manusia masih hidup dimuka bumi ini dan masih terus melaksanakan acara pernikahan, selama itu pula kebutuhan manusia akan undangan akan tetap ada.

Ditinjau dari keadaan ekonomi masyarakat kota Bukittinggi yang cenderung mencari dan membeli barang yang murah tetapi tetap berkualitas, maka kami optimis bahwa produk yang dipasarkan akan banyak diminati oleh masyarakat.

Promosi yang kami lakukan dengan menawarkan jasa kami melalui proposal dan diantar ke perusahaan-perusahaan Pemerintah, Swasta dan sekolah-sekolah dan juga dengan mencantumkan nama Percetakan Matahari, alamat serta no telepon di setiap undangan yang dipesan.Berdasarkan wawancara terhadap nara sumber (selaku pemilik Percetakan Matahari).

8. Dokumentasiyang digunakan Percetakan

Dalam operasionalnya, sistem penjualan Percetakan Matahari Bukittinggi menggunakan beberapa dokumen yang berguna untuk menjalankan prosedur-prosedur penjualan.Dokumen-dokumen yang digunakan Percetakan Matahari Bukittinggi ini masih bersifat sederhana. Berikut ini dokumen-dokuemen yang digunakan antara lain :

a. Faktur Penjualan

Dokumen ini digunakan sebagai bukti bahwa toko inin telah melakukan penjualan produk.

b. Bukti Penerimaan Kas

Dokumen ini digunakan untuk mencatat kas yang masuk yang berasal dari hasil transaksi.

c. Buku Pencatatan

Buku ini mengenai catatan atas transaksi penjualan yang terjadi yang digunakan oleh bagian pencatatan sebagai dasar pembuatan laporan penjualan.

B. Analisis Kualitas Pelayanan Percetakan Matahari Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Perspektif Ekonomi Islam

1. *Tangibles,* (Bukti Fisik)

a. Percetakan Matahari Bukittinggi sudah memiliki gedung yang memadai maksudnya adalah pada Percetakan Matahari Bukittinggi sudah memiliki gedung yang bagus dan bersih, kondisi ini digunakan agar bisa menarik pelanggan untuk menggunakan jasa kami. Dengan kondisi gedung yang sudah memadai secara pasti pelanggan bisa merasakan kenyamanan dalam melakukan transaksi jual beli.Gedung ini juga tersedia halaman yang cukup luas dan bisa digunakan untuk parkir kendaraan pelanggan.Jadi, t Percetakan Matahari Bukittinggi sudah memiliki gedung yang lengkap dan gedung yang layak bagi para pelanggan.Sarana Percetakan Matahari Bukittinggi sudah memadai maksudnya adalah Percetakan Matahari Bukittinggi sudah memiliki sarana yang lengkap berupa mesin-mesin dan peralatan cetak lainnya guna meningkatkan kualitas, dan mutu suatu perusahaan agar bisa dikenal baik oleh pelanggan.

Menurut saya sebagai karyawan disini Percetakan Matahari sudah memadai, tempat ini layak digunakan untuk usaha percetakan karena luas dan besar sehingga tempat untuk meletakkakan bahan-bahan, kertas, mesin dan lainnya tidak kekurangan.Disamping itu

barang-barang atau peralatan produksi yang ada digedung ini tidak mengganggu aktivitas kami sebagai karyawan".[45]

Apabila sarana yang ada pada Percetakan Matahari Bukittingi kurang memadai akan terjadinya persaingan yang tidak seimbang antara percetakan lainnya. Seharusnya pimpinan mengambil suatu tindakan untuk mengatasi persaingan yang terjadi dengan meningkatkan sarana yang berkualitas, kepuasan serta mutu produk.

Menurut Bapak Suhendra Percetakan Matahari ini sudah memadai, karna gedung ini cukup bagus, besar dan bersih tapi kurang rapi untuk dilihat dimata saya".[46]

b. Sarana pada perusahaan sangat menunjang tercapainya suatu tujuan dari perusahaan, sebagai seorang pimpinan, pimpinan dituntut sebagai seorang yang menguasai dan memahami sarana yang ada pada perusahaan, guna meningkatkan daya kerja yang efektif dan efisien serta mampu menghargai etika kerja dari karyawan sehingga akan terciptanya keserasian, kenyamanan yang dapat menimbulkan rasa memiliki terhadap perusahaan.Sarana yang dimiliki harus juga memiliki media yang canggih yang dapat digunakan dalam perusahaan agar perusahaan dapat berjalan dengan lancer. Apabila sarana yang dimiliki tidak lengkap dan tidak memadai maka perusahaan akan menurun.

[45] Annisa Shintya, Bagian Keuangan Percetakan Matahari, Wawancara Langsung pada Tanggal 16 Juni 2016.

[46]Bapak Suhendra, Pelanggan Percetakan Matahari (Pemesan Undangan Pernikahan untuk Anaknya), Wawancara Langsung pada Tanggal 18 Juni 2016.

Namun yang lebih penting adalah penyediaan sarana yang dapat digunakan dimasa sekarang dan dimasa yang akan datang.

Percetakan Matahari hanya menyediakan sarana yang biasa-biasa saja yang penting nyaman bagi para pelanggan seperti adanya tempat duduk dan area parkir, toilet juga ada tapi berhubung sedang rusak pada saluran airnya jadi tidak bisa digunakan.Kami sebagai karyawan mencari alternative lain untuk buang air kecil atau sholat dimesjid atau mencari toilet umum. Sarana dan Prasarana yang ada di Percetakan Matahari yaitu, 1 mesin cetak, 1 mesin gembos, 1 mesin potong, 1 mesin press, 1 alat pembuat stempel, 1 mesin id card, 3 set computer dan 5 printer".[47]

Belum lengkap menurut saya, seharusnya ada toilet karena agak sulit kalau tiba-tiba ingin ke toilet apalagi kalau sedang berinteraksi jual belinya lama karena toko ini tidak menyediakan toilet, sayang banget toko sebesar ini tidak ada fasilitas toilet.Kalau bisa disarankan untuk diaktifkan lagi toiletnya dengan memperbaiki saluran airnya.Kalau saluran airnya sudah diperbaiki alangkah baiknya diberikan fasilitas perlengkapan sholat supaya lebih bagus lagi.Jadi pelanggan lagi memesan undangan atau cetakan lainnya bisa lebih santai tidak terburu-buru, apalagi kalau mesan undangan itu tidak sebentar perlu mencatat data dan lainnya memerlukan waktu yang tidak sebentar".[48]

[47] Annisa Shintya, Bagian Keuangan Percetakan Matahari, Wawancara Langsung pada Tanggal 16 Juni 2016.

[48] Luchia Nurulita, Pelanggan Percetakan Matahari (Pemesan Kantong Plastik), Wawancara Langsung pada Tanggal 17 Juni 2016.

Dalam memelihara sarana yang ada dan sarana yang sudah memadai harus dilakukan dengan baik agar sarana yang sudah ada dapat terawat dan terjaga dengan baik pada perusahaaan. Pemeliharaan terhadap sarana yang ada dimulai dari pemakaian fasilitas perusahaan yaitu dengan cara berhati-hati dalam menggunakannya. Tujuan dari sarana itu adalah tidak lain agar semua kegiatan dapat mendukung kesuksesan dari perusahaan agar dapat mewujudkan perusahaan yang baik.

c. Kondisi kebersihan terhadap Percetakan Matahari Bukittinggi sudah bersih dan disiplin maksudnya adalah pada perusahaan kebersihan sangat diutamakan yaitu kebersihan ruangan, kebersihan pakaian dan penataan tempat dan kedisiplinan karyawan agar dapat menaikkan image di mata pelanggan. Dalam suatu perusahaan jasa faktor kondisi fisik terhadap kebersihan pada umumnya dapat memberikan gambaran bagaimana potensi untuk menunjukkan pelayanan yang baik. Pada umumnya seorang pelanggan akan memandang suatu perusahaan awalnya dari kondisi fisik perusahaan yaitu kebersihan, kerapian dan kedisiplinan karyawan. Dengan kondisi yang bersih, rapi dan teratur pelanggan akan beranggapan bahwa perusahaan ini melaksanakan kegiatannya dengan baik. Kebersihan dalam perusahaan sangat memiliki pengaruh besar terhadap perusahaan, jika perusahaan bersih maka pelanggan akan semakin tinggi, sedangkan jika perusahaan kotor maka pelanggan akan semakin menurun.

Menurut saya sih bersih gedungnya, wangi juga jadi nyaman pas masuk keruangan ini"[49].

Jadi, disinilah kelemahan yang terdapat pada Percetakan Matahari

yaitu kurangnya sarana umum yang diberikan untuk karyawan dan pelanggan berupa toilet umun, sehingga membuat pekerjaan karyawan tidak efektif dan efisien begitu juga dengan pelanggan.

Jedi pada *tangible*ini kesimpulan yang mendasar yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pelanggan dengan cara memberikan penampilan, kemampuan sarana, fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitar adalah bukti nyata dari pelayanan jasa yang diberikan.

Dalam Islam sendiri juga menjelaskan betapa pentingnya bukti fisik bagi sebuah perusahaan. Tanpa adanya bukti fisik, pengakuan seseorang tidak akan dihiraukan seperti itu pula adanya pada sebuah perusahaan yang menyediakan layanan jasa. Sebuah perusahaan bisa saja mengklaim bahwa pelayanan yang diberikan adalah pelayanan yang berkualitas tinggi, tetapi tanpa bukti fisik, tentu pelanggan tidak akan percaya.

[49] Luchia Nurulita, Pelanggan Percetakan Matahari(Pemesan Kantong Plastik), Wawancara Langsung pada Tanggal 17 Juni 2016

2. *Realiability*, (Kehandalan)

a. Percetakan Matahari Bukittinggibelum memberikan pelayanan sesuai dengan janji yang diberikan sejak dulu sampai sekarang maksudnya adalah pada Percetakan Matahari Bukittinggi ini memberikan pelayanan tidak sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja yang diberikan harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik terhadap pelanggan dan memberikan pelayanan yang memuaskan yang berarti perusahaan memberikan jasanya sesuai jadwal yang disepakati. Dalam perusahaan dituntut untuk menyediakan produk yang handal, produk jangan sampai mengalami kerusakan dengan kata lain produk harus selalu baik. Para anggota karyawan pun harus bersikap jujur dalam menyelesaikan pekerjaan atau masalahnya sehingga pelanggan tidak merasa ditipu oleh perusahaan, selain itu perusahaan harus tepat janji bila menjanjikan sesuatu kepada pelanggannya dan perlu diperhatikan bahwa janji bukan sekedar janji namun perusahaan harus ditepati.

Sebagai pimpinan percetakan, saya ingin selalu tepat waktu dalam mengerjakan pesanan-pesanan pelanggan sehingga tidak adanya komplen, tetapi kadang percetakan saya memang kurang tepat dalam menyiapkan suatu pekerjaan atau meleset dari janji yang saya sampaikan kepada pelanggan, tetapi bukan berarti tidak saya kerjakan melainkan ada kendala yang tidak disangka-sangka seperti mati lampu

tiba-tiba dalam jangka waktu yang cukup lama dan akhirnya membuat pekerjaan saya terbengkalai, pelanggan pun marah dan komplain ke saya".[50]

Tidak sesuai dengan yangdijanjikan,saya kemaren kesini tapi belum siap pesanan spanduknya jadi hari ini baru siapnya".[51]

b. Cara Percetakan Matahari Bukittinggi memberikan layanan pada saat pertama kepada pelanggan menunjukkan kepada pelanggan kualitas produk yang bagus atas mutu yang diutamakan bukan harga maksudnya adalah Percetakan Matahari Bukittinggi hanya mengutamakan mutu bukan harga dalam memberikan layanan pada saat pertama pelanggan datang, perusahaan hanya menawarkan produk yang sangat dibutuhkan oleh pelanggan tidak hanya mengutamakan harga yang mahal tetapi kalau harga produk murah tetapi pelanggan suka kenapa tidak perusahaan memberikan sesuai kebutuhan dari pelanggan yang dapat memuaskan keinginan dari pelanggan serta daya beli dari pelanggan. Mutu produk yang diberikan kepada pelanggan tentu mutu produk terbaik yang ditawarkan untuk para pelanggan Percetakan Matahari Bukittinggi.

Saat pertama pelanggan datang bukan hanya mempromosikan produk saja tetapi pelanggan harus mendapatkan service yang baik terhadap produk yang ingin pelanggan beli serta kondisi dari suatu

[50]Diskusi dengan Bapak Iwan, Pemilik Percetakan Matahari, Wawancara Langsung pada Tanggal 17 Juni 2016.

[51] Ibu Wati, Pelanggan Percetakan Matahari (Pemesan Spanduk), Wawancara Langsung pada Tanggal 17 Juni 2016.

produk tidak ada yang cacat dan bersih.Sedangkan produk yang dipromosikan pertama kali kepada pelanggan haruslah jelas dalam bentuk fisik, bisa dilihat, bisa diraba dan bisa dipegang oleh pelanggan.Maka pada saat pertama pelanggan datang maka perusahaan harus memberikan layanan kualitas produk yang bermutu bukan hanya harga saja yang dipertimbangkan untuk membeli produk yang bisa melebihi harapan pelanggan.Perusahaan juga harus memberikan penjelasan kepada pelanggan bahwa produk yang ditawarkan oleh perusahaan mempunyai nilai jual lebih yang sangat membantu pelanggan dalam membeli produk sesuai keinginan pelanggan.

Ibu mesan spanduk, ibu minta dibuatkan yang bagus dan ibu serahkan desain dan warna nya yang bagus menurut Percetakan Matahari karena spanduk ini ibu pasang.Jadi, Ibu serahkan saja sama percetakan gimana bagusnya".[52]

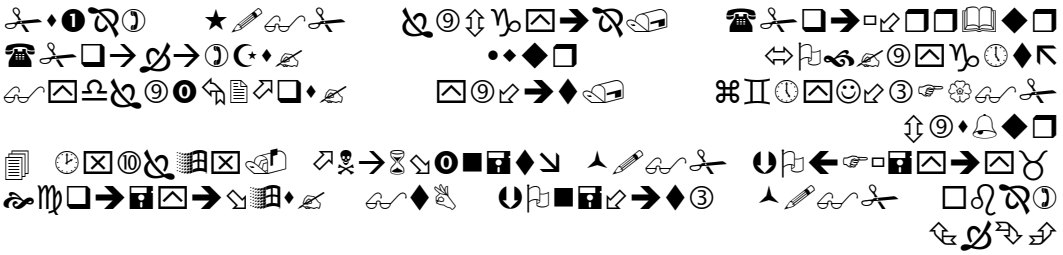
Jadi Percetakan Matahari sudah memberikan pelayanan pertama dengan cara memberikan mutu yang baik kepada pelanggan bukan hanya melihat dari harga serta penunjang lainnya adalah memberikan pelayanan yang baik terhadap pelanggan agar pelanggan bisa merasa puas. Jadi Percetakan Matahari sudah memberikan pelayanan pada waktu yang diberikan dengan cara memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan dan menepati janji kepada pelanggan sehingga tidak mengecewakan para pelanggan.

[52] Ibu Wati, Pelanggan Percetakan Matahari (Pemesan Spanduk), Wawancara Langsung pada Tanggal 17 Juni 2016.

Pada *realiability* ini kesimpulannya adalah kemampuan percetakan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya, kinerja pada percetakan harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama bagi pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang baik.

Jika dianalisa dari sisi ekonomi Islam, maka apa yang dilakukan oleh Percetakan Matahari belum memenuhi kriteria syar'i didalamnya. Dimana Percetakan Matahari belum maksimal memberikan layanan sesuai dengan yang telah dijanjikan, sehingga pelanggan yang datang merasa tidak puas.

Dalam Islam, menepati janji merupakan hal yang sangat penting. Hal ini sebagaimana yang tercantum dalam surat An-Nahl ayat 91 yang berbunyi:



Artinya: *"Dan tepatilah perjanjian dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu mebatalkan sumpah-sumpahmu itu sesudah meneguhkannya, sedang kamu telah menjadikan Allah sebagai saksimu, sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat".*[53] *(Q.S. An-Nahl:91)*

[53] Yayasan Penyelenggaraan Penterjemahan/Penafsir Al-Quran, Departemen Agama Republik Indonesia, Al-Qur'an dan Terjemahannya, (Bandung: J-art, 2004), Q.S An-Nahl:91.

Ayat diatas menerangkan bahwa Allah Swt memerintahkan kepada manusia untuk menepati semua janji dan sumpah yang telah dibuat.Bukan hanya janji kepada Allah saja, tetapi juga janji kepada sesama manusia, sebab pada hakikatnya saat seseorang melakukan perjanjian, maka Allah turut menjadi saksi perjanjian tersebut.[54]Begitu pula halnya saat sebuah perusahaan menjanjikan layanan terbaik bagi pelanggannya, maka janji tersebut haruslah ditepati. Dengan melakukan pelayanan terbaik sesuai dengan yang telah dijanjikan, tentu pelanggan akan merasa nyaman bertransaksi pada sebuah perusahaan.

3. *Responssivennes*, (Ketanggapan)

a. Cara Percetakan Matahari dalam memberikan tanggapan yang dibutuhkan oleh pelanggan yaitu dengan cara mengarahkan kemutu yang lebih baik maksudnya adalah etika memberikan tanggapan dalam mengarahkan ke mutu yang lebih baik sesuai dengan yang disampaikan, memberikan tanggapan yang sesuai dengan yang ditanyakan oleh pelanggan, umpan pertanyaan yang baik diharapkan akan membuat perusahaan dan pelanggan merasa saling menghargai dalam memberikan tanggapan terhadap mutu yang diutamakan harus menggunakan ucapan yang baik misalnya dalam janji dan kesepakatan dalam membeli produk dibutuhkan tanggapan dalam bentuk ucapan,

[54] Abdullah bin Muhammad, *Tafsir Ibnu Katsir. Jilid 5,*(Kairo: Pustaka Imam Asy-Syafi'I, 2012), hal. 226.

ucapan berupa jawaban yang pasti dalam setiap produk yang berkualitas agar terjadinya kelancaran komunikasi yang baik.

Kurang profesional pelayanan yang ada, mungkin karena pelanggan yang masih SMA. Seharusnya, memesan atau tidaknya pelanggan tetep harus dilayani dengan baik".[55]

Saya sebagai pembeli pastinya ingin diberikan pelayanan yang baik, walaupun harga produk yang ditawarkan mahal tetapi pelayanan yang diberikan ramah dan sopan apalagi saya memesan dengan tetangga sendiri pasti saya akan tetap membeli dan memesannya tapi udah harga mahal pelayanannya kurang baik, kurang adanya tata krama yang baik saat melayani pelanggan, lebih baik sayamencari percetakan lain".[56]

Dalam memberikan tanggapan terhadap jasa yang dibutuhkan pelanggan tidak hanya lewat mutu yang baik saja bisa jadi tanggapan yang diberikan berupa sikap antara perusahaan dengan pelanggan misalnya dilakukan dengan sopan mendengarkan apa yang di sampaikan oleh pelanggan maka perusahaan harus menanggapi apa keluhan yang ada pada pembeli atau pelanggan.

b. Cara Percetakan Matahari memberikan pelayanan yang tepat bagi pelanggan yaitu sesuai dengan yang perusahaan janjikan kalau produk rusak diberi tempat solusi untuk diperbaiki serta memberikan pelayanan yang baik maksudnya adalah Percetakan Matahari akan mengganti

[55]Dilla Siswa SMAN 2 Yang Masuk Ke Percetakan Matahari, Wawancara Langsung pada Tanggal 21 Juni 2016.

[56] Ibu Wati, Wawancara Khusus pada Tanggal 24 Mei 2016.

pesanan pelanggan apabila ada kerusakan yang diakibatkan atau yang dilakukan oleh Percetakan Matahari, tetapi apabila kesalahan atau kerusakan tersebut bukan dari pihak percetakan, maka Percetakan Matahari tidak akan menggantinya.Banyak cara untuk memberikan pelayanan yang baik yaitu perusahaan atau karyawan harus benar-benar mendengarkan dan memperhatikan setiap keluhan dari pelanggan, karyawan tidak boleh mengabaikan pelanggan, mengakomodasi kebutuhan yang ada pada pelanggan perusahaan harus paham melayani pelanggan, tidaklah mudah karyawan harus mendengarkan permintaan dan kebutuhan dari pelanggan.

Saya pesan faktur 3 Rangkap, sudah saya bilang dan ingatkan tapi tetap saja salah, dibuatkannya 2 rangkap. Saya udah ngeluh karyawannya malah diam, kaya tidak mao tau padahal saya memesan sama mereka semua. Besoknya ibu datang lagi ke Percetakan Matahari, ketemu sama Pak Iwan pemiliknya, direspon baik sama Pak Iwan dan beliau kasih solusi agar diperbaiki, kan kalau seperti itu enak.[57]

Kalo saya ingin pesan cetakan, saya telepon bapak iwan dulu. Kalau bapak iwan ada di percetakan baru saya ke Percetakan Matahari. Karena pesanan saya ini pesanan orang juga jadi harus bener-bener dijelaskan ke orang yang mengerti biar tidak ada kesalahan. Apalagi jumlahnya tidak sedikit.Kalau saya pesan ke karyawannya takutnya ada

[57] Ibu Pemilik Apotek Bukittinggi Farma, Wawancara Khusus pada Tanggal 24 Mei 2016.

kesalah pahaman dalam menerangkan barang pesanan saya atau desainnya yang kurang sesuai dengan yang saya inginkan".[58]

Membangun kepercayaan banyak cara yang bisa dilakukan perusahaan harus memberikan pelayanan yang baik mulai dari mendengar hingga memenuhi kebutuhan dari pelanggan. Jadi cara memberikan pelayanan yang baik pada Percetakan Matahari belum dilakukan denagan cara yang baik dan benar.

c. Cara Percetakan Matahari dalam membantu pelanggan dalam memilih produk adalah mengutamakan kebutuhan pelanggan kalau produk mahal kebutuhan rendah tidak perlu maksudnya adalah pelanggan adalah seseorang yang menggunakan produk untuk memenuhi kebutuhan, pelanggan tidak akan membeli suatu produk jika produk tersebut tidak memuaskan kebutuhannya.

Dalam pencarian produk undangan atau produk lainnya untuk pelanggan percetakan harus mengarahkan produk mana yang bisa ditawarkan kepada pelanggan, karena cara membuat undangan atau cetak lainnya tidak semua sama, ada yang memakan waktu lama dan ada juga yang cepat tetapi tetap dengan kualitas yang baik. Pelanggan selalu ingin memilih atau memesan produk yang bagus, tetapi cenderung memilih harga yang murah dan cepat siapnya.

Rata-rata pelanggan Percetakan Matahari memesan undangan selalu ingin yang bagus, murah dan cepat, padahal tidak semua

[58] Bapak Reza, Pelanggan Percetakan Matahari (Pemilik Laundry Boss), Wawancara Langsung pada Tanggal 18 Juni 2016.

undangan cara membuatnya sama. Oleh karena itu kami selalu membantu pelanggan dalam memilih produk yang dipesan, terkadang pelanggan ingin memesan yang ini dalam waktu 1 minggu siap, padahal produk itu harus memakan waktu yang cukup lama kurang lebih 2 minggu akhirnya kami berikan produk yang lain yang bisa selesai dalam waktu 1 minggu tetapi tetap dengan kualitas bagus".[59]

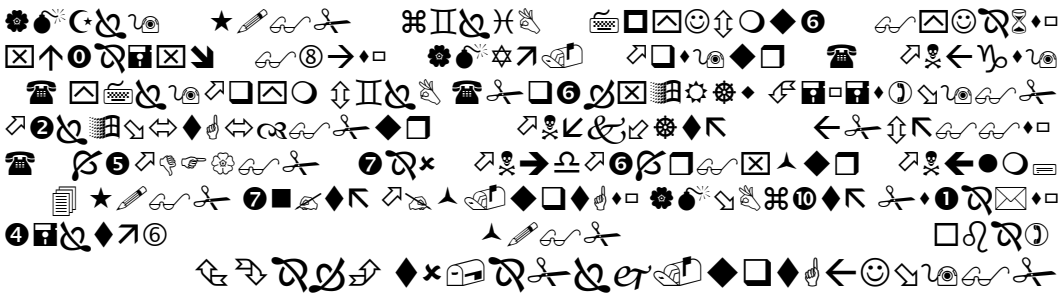
Jadi Percetakan Matahari perlu membantu pelanggan dalam memilih produk yang mereka inginkan agar sesuai dengan harga dan kualitas dari produk tersebut.Dan hal ini sudah dilakukan dengan baik oleh Percetakan Matahari.

Pada *responsivennes* kesimpulannya adalah suatu kemampuan suatu perusahaan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat tepat kepada pelanggan, dengan memberikan informasi yang jelas.

Jika dilihat dari sisi perspektif ekonomi Islam, maka sikapresponsive yang ditunjukkan oleh Percetakan Matahari dengan cara memahami kebutuhan pelanggannya, menawarkan produk-produk yang terbaik dan dengan cepat tanggap (*responsive*) memenuhi keinginan dan kebutuhan serta keluhan pelanggan, maka pada dasarnya ada beberapa sikap yang ditunjukkan oleh Percetakan Matahari ini tidak sesuai dengan tuntunan Islam. Sebab dalam Islam sendiri, manusia dituntut untuk selalu cepat tanggap *(responsive)* dalam segala urusan.

[59] Annisa Shintya, Bagian Keuangan Percetakan Matahari, Wawancara Langsung pada Tanggal 16 Juni 2016.

Hal ini sebagaimana tercantum dalam Al-Qur'an Surat Ali Imran ayat 159 yang berbunyi :



Artinya: *"Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasa, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu, karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu".*

Ayat diatas menerangkan bahwa Allah membimbing dan menuntun kaum muslimin secara umum, kini tuntunan diarahkan kepada Nabi Muhammad saw., sambil meneyebutkan sikap lemah lembut Nabi kepada kaum muslimin khususnya mereka yang telah melakukan kesalahan dan pelanggaran dalam perang Uhud. Sebenarnya, cukup banyak hal dalam peristiwa perang Uhud yang dapat mengundang emosi manusia untuk marah. Namun demikian, cukup banyak pula bukti yang menunjukkan kelemahlembutan Nabi saw.[60] Begitu juga pada saat karyawan Percetakan Matahari memberikan pelayanan seharusnya bertutur kata yang lemah lembut pada semua pelanggan yang masuk ke Percetakan Matahari.

[60] M. Quraish Sihab, *Tafrsir Al-Misbah,* (Jakarta: Lentera Hati, 2002), hal. 309.

4. *Assurance*, (Jaminan)

a. Jaminan yang diberikan Percetakan Matahari terhadap produk yang akan dipesan atau dibeli oleh pelanggan adalah apabila terjadi kesalahan atau kerusakan yang dilakukan oleh pihak Percetakan Matahari atas pesanan pelanggan, maka Percetakan Matahari akan ganti rugi sesuai keinginan pelanggan. Dengan adanya jaminan mampu memberikan manfaat bagi para pelanggan akan mampu percaya dengan layanan ini dan akan membantu pelanggan yang mana ragu dalam memesan produk di Percetakan Matahari.

Jaminan yang diberikan oleh Percetakan Matahari yaitu apabila ada kesalahan atau kerusakan pada undangan atau cetakan pelanggan yang mana kerusakan tersebut dilakukan oleh Percetakan Matahari maka kami akan mengganti atau memperbaikinya.Misalnya saat mencetak undangan, ada kesalahan penulisan nama pengantin atau hari resepsi pernikahan, maka kami akan menggantinya apabila pelanggan ingin diganti tapi terkadang ada juga yang hanya ingin ditambel saja karena waktu yang terbatas".[61]

Jaminan merupakan bentuk perlindungan yang diberikan Percetakan Matahari kepada pelanggannya terkait mengurangi resiko

[61] Annisa Shintya, Bagian Keuangan Percetakan Matahari, Wawancara Langsung pada Tanggal 16 Juni 2016.

yang melekat pada produk yang dipesan oleh pelanggan.Jadi jaminan merupakan program yang sering kali efektif dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Pelanggan merasa tenang akan adanya jaminan dan kepercayaan pelanggan terhadap Percetakan Matahari akan meningkat. Jadi jaminan pada sebuah perusahaan percetakan sangatlah penting dan dibutuhkan.oleh para pelanggan.

b. Cara Percetakan Matahari memberikan rasa percaya bagi pelanggan adalah memberikan kualitas yang bagus dan melaksanakan yang telah dijanjikan kepada pelanggan pada waktu memesan cetakan atau produk maksudnya Percetakan Matahari menjelaskan kepada pelanggan mana kualitas yang benar-benar bagus dan mana yang tidak bagus dengan adanya hal demikian percetakan dapat menyediakan layanan cetakan yang berkualitas sehingga pelanggan merasa nyaman. Oleh karena itu percetakan dituntut untuk tidak hanya menjual jasa cetak saja tetapi juga dituntut untuk menyediakan layanan yang berkualitas dan menepati janji yang sesuai percetakan janjikan, karena kalau pelanggan merasa puas dengan layanan yang diberikan maka Percetakan Matahari akan maju karena pelanggan yang merasa senang merupakan kunci dari keberhasilan dari suatu perusahaan.

Kualitas suatu produk meruapakan hal terpenting bagi pelanggan, baik kualitas cetakan maupun kualitas layanan yang dijanjikan kepada pelanggan, sebab kalau kualitas produk yang dijanjikan bagus akan menambah kepercayaan pelanggan terhadap

Percetakan Matahari, tercapainya kualitas yang baik akan memiliki dampak yang baik bagi perusahaan serta memberikan keyakinan bahwa janji akan produk cetakan yang baik akan ditepati.

Inti dari *assurance* adalah kemampuan dan keterampilan karyawan dalam menyampaikan produk kepada pelanggan, sehingga pelanggan merasa terjamin memesan cetakan di perusahaan tersebut karena merasa yakin dengan penyampaian yang disampaikan oleh para karyawannya.Keterampilan karyawan dalam menyampaikan produk ini merupakan ilmu yang sangat penting dikuasai oleh karyawan, tentunya ilmu ini dapat dikuasai dengan cara belajar secara bersungguh-sungguh. Sebab hanya orang-orang yang berilmulah yang mampu memahami keterampilan ini.

5. *Empaty,* (Empati)

a. Percetakan Matahari memberikan perhatian kepada pelanggannya dengan memberikan yang baik sesuai dengan kebutuhan pelanggan maksudnya adalah pada Percetakan Matahari perhatian ini yaitu dalam menjual produknya percetakan harus sesuai kebutuhan pelanggan dengan cara memperkenalkan produk kepada pelanggan dengan memperhatikan spesifikasi produk itu sendiri dengan memperlihatkan kelebihan cetakan yang diproduksi, maka dari situ pelanggan akan mengetahui keunggulan produk cetakan tersebut.

Dalam memberikan perhatian kepada pelanggan tidaklah mudah, kalau perhatian dalam mempromosikan produk cetakan kurang

memuaskan maka pelanggan akan lari ke perusahaan percetakan lain makanya inilah yang harus diperjuangkan oleh Percetakan Matahari dalam memberikan perhatian kepada pelanggannya. Karyawan percetakan harus memiliki sikap bersahabat, hormat dam ramah, memberikan informasi yang jelas kepada pelanggan tentang produk yang pelanggan inginkan. Jadi memberikan perhatian sesuai kebutuhan dan keinginan pelanggan sangatlah diperlukan agar pelanggan bisa merasa puas dengan yang ia harapkan dan perhatian yang diberikan dengan baik merupakan kunci sukses bagi perusahaan.

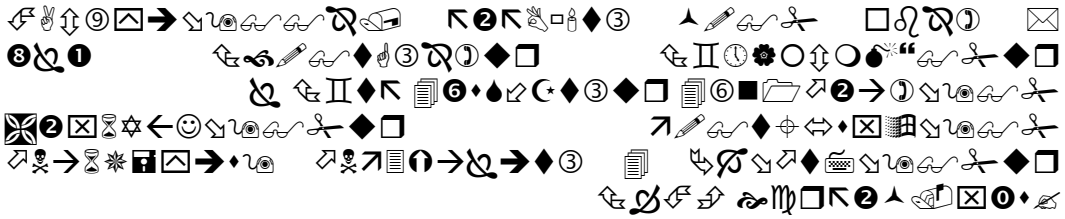
Rasa kepedulian karyawannya yang tidak ada, itu yang menjadi faktor yang membuat pelanggan atau pembeli ingin berinteraksi nya dengan pemilik. Pemilik percetakan ini malah lebih agresif dalam memberikan pelayanan kepada pelanggannya, karena pelanggan merupaka asset bagi usaha yang dijalankannya.[62]

Kalau pelanggan memiliki kritikan dan saran terhadap pelayanan perusahaan Percetakan Matahari yang dilakukan percetakan adalah dengan menyediakan kotak saran, kartu komentar, perusahaan memberikan secara terbuka apabila ada kritikan dari pelanggan dan perusahaan memberikan kesempatan secara luas kepada pelanggan untuk menyampaikan kritikan dan saran kepada Percetakan Matahari.

[62] Bapak Reza, Pelanggan Percetakan Matahari (Pemilik Laundry Boss), Wawancara Langsung pada Tanggal 18 Juni 2016.

Jadi *empaty*dapat disimpulkan bahwa memberikan perhatian yang tulus dan bersifat pribadi yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan, dimana perusahaan diharapkan memiliki pengertian serta memiliki waktu yang nyaman bagi pelanggan dan menerima kritikan dan saran dari pelanggan.

Dalam Islam sendiri, Allah juga memerintahkan kita untuk senantiasa bersikap peduli dan berbuat kebaikan kepada siapapun hal ini terdapat dalam Al-Qur'an Surat An-Nahl ayat 90 yang berbunyi :



Artinya: *"Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, member kepada kaum kerabat dan Allahmelarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran".*[63]

Ayat ini memberitahukan bahwa Allah memerintahkan kepada manusia agar senatiasa berbuat kebaikan kepada sesamanya, bersikap peduli terhadap sesama dalam wujud perbuatan baik, sehingga dapat menghindarkan permusuhan. Jika dikaitkan dengan kualitas pelayanan, maka kepedulian dan perbuatan baik yang ditunjukkan oleh sebuah organisasi jasa tentunya akan menjalin hubungan yang erat antara

[63] Abdullah bin Muhammad, *Tafsir Ibnu Katsir. Jilid 5,*(Kairo: Pustaka Imam Asy-Syafi'I, 2012), hal. 229.

pelanggan dengan organisasi jasa atau perusahaan penyedia layanan jasa tersebut.[64]

Dalam hal *emphaty* ini, menurut penulis Percetakan Matahari khusunya para karyawan tidak menunjukkan rasa empatinya kepada para pelanggan dengan cara memberikan kepedulian dengan menawarkan apa-apa yang menjadi kebutuhan para pelanggan dan tidak secara cepat menanggapi keluhan-keluhan pelanggan.

[64] Dwi Suwikno, Kompilasi Tafsir Ayat-ayat Ekonomi Islam: Buku Referensi Program Studi Ekonomi Islam, (Jakarta: Pustaka Pelajar, 2010), hal. 216.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan Percetakan Matahari terhadap kepuasan pelanggan dalam perspektif ekonomi Islam telah memenuhi lima dimensi kualitas pelayanan yaitu; *tangibles, realiability, responsiveness, assurance,* dan *empaty* pada dasarnya telah memenuhi kelima dimensi ini. Namun ada beberapa hal yang belum maksimal dari pelayanan lima dimensi tersebut diantaranya, *realiability, responsiveness*, dan *empaty* yang belum maksimal dalam memberikan pelayanan terhadap pelanggan Percetakan Matahari.

Pada dasarnya setiap dimensi kualitas pelayanan dan produk cetakan yang disediakan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan sehingga perlu diperbaiki seiring dengan berjalannya waktu.

B. Saran

Darihasil kesimpulan diatas, maka dapat diberikan saran yaitu :

1. Percetakan Matahari untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanan yang terkait dengan *realiability* atau kehandalan, khususnya kehandalan karyawan dalam melayani pelanggan melalui pemberian pelatihan..
2. Dari sisi *responsiveness* karyawan supaya lebih kerja keras dalam memberikan pelayanan yang baik, ramah dan cepat tanggap dalam melayani para pelanggan. Hal ini adalah kekurangan yang tidak baik bagi Percetakan Matahari.
3. Dari sisi *empaty,* karyawan seharusnya lebih peduli pada setiap pelanggan yang masuk ke Percetakan Matahari.
4. Percetakan Matahari harus lebih mendekatkan diri kepada pelanggan.Selain itu pihak percetakan perlu untuk meningkatkan kualitas pelayanan agar terciptanya kepuasan pelanggan yang lebih optimal.

DAFTAR PUSTAKA

Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek,* Rineka Cipta, Jakarta.

Bin Muhammad, Abdullah. 2002.*Tafsir Ibnu Katsir.* Jilid 5. Pustaka Imam Asy-Syafi'I, Kairo.

Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia. 1991. *Kamus Besar Bahasa Indonesia,* Balai Pustaka, Jakarta.

Karim, Adiwarman A. 2003. *Prospekdan Tantangan Ekonomi Syariah di Indonesia*, Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Kotler, Philip.2006. *Manajemen Pemasaran di Indonesia (Analisis Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian),*Salemba Empat, Jakarta.

Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran,*PT Indeks, Jakarta.

Lupioyadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat. Jakarta.

Mangkuat, Soegyrto Madjo, 1999. *Pengantar Statistik,* ,Rineka Cipta, Jakarta.

Moenir. 2008. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*, BumiAksara, Jakarta.

Muslich, 2007.*Bisnis Syariah Perspekrif Mu'amalahdan Manajemen*, Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, Yogyakarta.

Nurohman, Dede. 2011. *Memahami Dasar-dasar Ekonomi Islam*, Teras, Yogyakarta.

Putra, Refki. 2014. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Partisipasi Anggota Pada Koperasi (Studi kasus KSU Ummul Rahimah Kabupaten Sijunjung),* Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN), Bukittinggi.

Qardhawi, Yusuf. 1997. *Norma dan Etika Ekonomi Islam.* GIP, Jakarta.

Rahayu, Debi. 2014. *Analisis Kualitas Pelayanan Pemerintah Nagari Terhadap Kepuasan Masyarakat di Nagari Balingka Kecamatan IV Koto Kabupaten Agam*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN), Bukittinggi.

Rina, Nova NurLatifa. 2013.*Pengaruh Kualitas Pelayanan Costumer Service Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Plasa Telkom Kendatel Yogyakarta*, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta.

Rivai, VeithzaldanAndiBuchari. 2009. *Islamic Economics*, BumiAskara, Jakarta.

Shihab, M. Quraish. 2002. *Tafsir Al Misvah.* Lentera Hati, Jakarta.

Subagyo, Joko. 1997. *Metodologi Penelitiandan Teori Praktek,,* Cetakan ke-12, Rineka Cipta, Jakarta.

Supranto. 1993. *Metode Ramalan Kuantitatif*, RinekaCipta, Jakarta.

Supranto. 2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. RinekaCipta, Jakarta.

Surachman, Winarno. 1985. *Pengantar Penelitian Ilmiah.* PT. Tarsito, Bandung.

Suwikno, Dwi. 2010. *Kompilasi Tafsir Ayat-ayat Ekonomi Islam: Buku referensi Program Studi Ekonomi Islam.* Pustaka Pelajar, Jakarta.

Tjiptono, Fandy. 2000.*StrategiBisnis,* Andi Offset, Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy. 1996. *ManajemenJasa,* Andi Offset, Yogyakarta.

Yayasan Penyelenggaraan Penterjemahan/Penafsir Al-Quran. 2004. *Departemen Agama Republik Indonesia, Al-Qur'an dan Terjemahannya.* J-art, Bandung.

KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BUKITTINGGI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Alamat : Jl. Paninjauan Garegeh Bukittinggi, Sumatera Barat | Telp. (0752) 33136 Fax. (0752) 22875
Website : http://febi.iainbukittinggi.ac.id | e-mail : febi@iainbukittinggi.ac.id

Nomor : In.26/3/PP.07/ 1252 /2016
Lamp. : -
Hal : **Mohon Izin Penelitian**

Bukittinggi, 20 Mei 2016

Kepada Yth,
Walikota Bukittinggi
cq. Kepala Kantor Kesbangpol Linmas
Kota Bukittinggi
di-
Tempat

Assalamu' alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat,

Dalam rangka mengumpulkan data untuk penyusunan Skripsi bagi mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi, kami harapkan bapak/ibu untuk dapat kiranya memberi kesempatan penelitian kepada saudara :

Nama	:	**Kantia Ulfa**
NIM	:	3212. 104
Fakultas	:	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)
Jurusan	:	Ekonomi Islam
Semester	:	VIII
Lokasi Penelitian	:	Jl. Sultan Syahrir Simpang Tarok Bukittinggi
Judul Skripsi	:	***"Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Perspektif Pasar Islam (Studi Kasus Percetakan Matahari Bukittinggi)."***
Waktu	:	23 Mei s/d 25 Juni 2016

Demikianlah surat permohonan ini kami buat, atas bantuan yang bapak/ibu berikan kami ucapkan terima kasih.

Dekan

H. Harfandi, SE, M.Si
NIP. 19621110 199903 1 001

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini menerangkan bahwa :

Nama	: **KANTIA ULFA**
NIM	: 3212.104
Jurusan/Fakultas	: Ekonomi Islam/Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut	: IAIN Bukittinggi

Telah melakukan Penelitian pada perusahaan "Percetakan Matahari" dengan judul :

"ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PERCETAKAN MATAHARI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM"

Dengan Surat Keterangan ini kami buat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya. Atas Perhatian dan Kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Bukittinggi, 24 Juni 2016

Matahari PERCETAKAN

Muhammad Iwan
Pimpinan

SURAT KETERANGAN TELAH SELESAI WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muhammad Iwan

Dengan ini menerangkan bahwa KANTIA ULFA, NIM. 3212.104 benar telah mewawancarai saya pada tanggal 14 dan 17 Juni 2016, untuk kegiatan penelitian Skripsi dengan judul: **"ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PERCETAKAN MATAHARI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM"**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan dengan semestinya.

Bukittinggi, 24 Juni 2016

Pewawancara	Informan
(Kantia Ulfa)	(Muhammad Iwan)

PERTANYAAN WAWANCARA

5 DIMENSI KUALITAS PELAYANAN PERCETAKAN MATAHARI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

No	Keterangan	Pertanyaan
1.	*Tangibles*, (Bukti Fisik)	a. Apakah Percetakan Matahari sudah memiliki gedung yang memadai? b. Apakah sarana Percetakan Matahari sudah lengkap? c. Bagaimana kondisi kebersihan terhadap gedung atau ruangan Percetakan Matahari?
2.	*Realiability*, (Kehandalan)	a. Apakah Percetakan Matahari sudah memberikan pelayanan sesuai dengan janji yang diberikan? b. Bagaimana cara Percetakan Matahari memeberikan layanan pada saat pertama pelanggan masuk?
c.	*Responssivennes*, (Ketanggapan)	a. Bagaimana cara karyawan Percetakan Matahari memberikan tanggapan terhadap pelayanan yang dibutuhkan bagi pelanggan? b. Bagaimana cara karyawan Percetakan Matahari memberikan pelayanan yang tepat bagi pelanggan?

		c. Bagaimana keinginan karyawan Percetakan Matahari dalam membantu pelanggan dalam memilih produk?
d.	*Assurance*, (Jaminan)	a. Apakah jaminan yang diberikan Percetakan Matahari terhadap produk yang akan dibeli pelanggan? b. Bagaimana cara Percetakan Matahari memberikan rasa percaya bagi pelanggan?
e.	*Empaty*, (Empati)	a. Bagaimana Percetakan Matahari memberikan perhatian kepada para pelanggannya?

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama	: Kantia Ulfa
NIM	: 3212.104
Tempat, Tanggal Lahir	: Jakarta, 11 Mei 1994
Alamat	: Jorong Baso, Tabek Panjang. Baso
Jenis Kelamin	: Perempuan
Status	: Belum Menikah
Nama Orang Tua	
Ayah	: Drs. Dedy Irwansyah
Ibu	: Yuliasni

RIWAYAT PENDIDIKAN

1. TK Khairunnisa Depok, tahun 2000-2001
2. SDN Mekar Jaya 16 Depok, tahun 2001-2006
3. SLTP PGRI Nanggawer Cibinong, tahun 2006-2009
4. SMK Pembina Bangsa Bukittinggi, tahun 2009-2012