

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Konsep Efektivitas Dalam Perspektif Ekonomi Islam

1. Pengertian Efektivitas

Efektivitas pada dasarnya berasal dari kata “efek” dan digunakan istilah ini sebagai hubungan sebab akibat. Efektivitas dapat dipandang sebagai suatu sebab dari variabel lain. Efektivitas berarti bahwa tujuan yang telah direncanakan sebelumnya dapat tercapai atau dengan kata sasaran tercapai karena adanya proses kegiatan. Efektivitas sebagai tingkat pencapaian organisasi dalam jangka pendek dan jangka panjang. Maksudnya adalah efektivitas merupakan suatu standar pengukuran untuk menggambarkan tingkat keberhasilan suatu organisasi dalam mencapai sasaran yang telah ditetapkan sebelumnya.¹

Upaya mengevaluasi jalannya suatu organisasi, dapat dilakukan melalui konsep efektivitas. Konsep ini adalah salah satu faktor untuk menentukan apakah perlu dilakukan perubahan secara signifikan terhadap bentuk, atau manajemen organisasi. Dalam hal ini efektivitas merupakan pencapaian tujuan organisasi melalui pemanfaatan sumber daya yang dimiliki secara

¹Zohriah, Anis, *Efektivitas pelayanan perpustakaan sekolah*, Vol. 3 No. 01, (Tarbawi: Jurnal Keilmuan Manajemen Pendidikan), hlm. 103-104

efisien, ditinjau dari sisi masukan (*input*) maupun keluaran (*output*). Suatu kegiatan dikatakan efisien apabila dikerjakan dengan benar dan sesuai dengan prosedur, sedangkan efektif bila kegiatan tersebut dilaksanakan dengan benar dan dapat memberikan hasil yang bermanfaat.²

Dapat disimpulkan bahwa yang menjadi penekanan dari pengertian efektivitas berada pada pencapaian tujuan. Ini berarti dapat dikatakan efektif apabila tujuan atau sasaran yang dikehendaki dapat tercapai sesuai dengan rencana semula dan menimbulkan efek atau dampak terhadap apa yang diinginkan atau diharapkan, ternyata tingkat efektivitas dapat diukur dengan membandingkan antara rencana atau target yang telah ditentukan dengan hasil yang dicapai, maka usaha atau hasil pekerjaan tersebut itulah yang dikatakan efektif, namun jika usaha atau hasil pekerjaan yang dilakukan tidak tercapai sesuai dengan apa yang direncanakan, maka hal itu dikatakan tidak efektif.

Pengukuran efektivitas secara umum dan yang paling menonjol adalah keberhasilan program, keberhasilan sasaran, kepuasan terhadap program, tingkat input dan output, pencapaian tujuan

²Zohriah, Anis, *Efektivitas pelayanan perpustakaan sekolah*, Vol. 3 No. 01, (Tarbawi: Jurnal Keilmuan Manajemen Pendidikan), hlm. 103-104

menyeluruh.³ Adapun kriteria atau ukuran mengenai pencapai tujuan secara efektif atau tidak yaitu kejelasan tujuan yang hendak dicapai, kejelasan strategi pencapaian tujuan, proses analisis dan perumusan kebijaksanaan yang mantap, penyusunan program yang matang, penyusunan program yang mantap, tersedianya sarana dan prasarana, pelaksanaan efektif dan efisien, sistem pengawasan yang bersifat mendidik.⁴ Ukuran efektivitas, sebagai berikut:

- a. Jumlah hasil yang dapat dikeluarkan, artinya hasil tersebut berupa kuantitas atau bentuk fisik dari organisasi, program atau kegiatan. Hasil dimaksud dapat dilihat dari perbandingan (*ratio*) antara masukan (*input*) dengan keluaran (*output*)
- b. Tingkat kepuasan yang diperoleh, artinya ukuran dalam efektivitas ini dapat kuantitatif (berdasarkan pada jumlah atau banyaknya) dan dapat kualitatif (berdasarkan pada mutu)
- c. Produk kreatif, artinya penciptaan hubungannya kondisi yang kondusif dengan dunia kerja, yang nantinya dapat menumbuhkan kreativitas dan kemampuan

³Anisah, Etty Soesilowati, *Efektivitas Program Kartu Jakarta Pintar Tingkat Sekolah Menengah Atas Negeri di Kecamatan Pesanggrahan*, Vol. 1 No. 1, (Journal of Development), hlm. 44-50

⁴Zohriah, Anis, *Efektivitas pelayanan perpustakaan sekolah*, Vol. 3 No. 01, (Tarbawi: Jurnal Keilmuan Manajemen Pendidikan), hlm. 103-104

d. Intensitas yang akan dicapai, artinya memiliki ketaatan yang tinggi dalam suatu tingkatan intens sesuatu, dimana adanya rasa saling memiliki dengan kadar yang tinggi.⁵

Dari beberapa uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa efektivitas merupakan kemampuan untuk melaksanakan aktifitas-aktifitas suatu lembaga secara fisik dan non fisik untuk mencapai tujuan serta meraih keberhasilan maksimal dalam memuaskan pelanggan.

2. Efektivitas Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Efektivitas berarti menjalankan pekerjaan yang benar.⁶ Memiliki kemampuan untuk memilih sasaran yang tepat. Efektivitas juga dijelaskan dalam firman Allah SWT surat al-Isra' ayat 26 sebagai berikut :

وَاتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا
تُبْذِرْ تَبْذِيرًا

Artinya :

Dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya kepada orang miskin dan orang

⁵Zohriah, Anis, *Efektivitas pelayanan perpustakaan sekolah*, Vol. 3 No. 01, (Tarbawi: Jurnal Keilmuan Manajemen Pendidikan), hlm. 104

⁶Stalone Reven Sumual, Gustaaf Buddy Tampi, and Novva N. Plangiten, "Pengaruh Komunikasi Organisasi Terhadap Efektivitas Pelaksanaan Pembangunan Didesa Palamba Kecamatan Langawo Selatan," *Jurnal Administrasi Publik* 53, no. 9 (2020): h.1693.

*yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros.*⁷

Ayat diatas menjelaskan bahwa Allah SWT. memerintahkan kepada kaum muslimin agar menunaikan hak kepada warga disekitarnya, orang-orang miskin dan orang yang dalam perjalanan. Perintah tersebut menandakan bahwa pemberian itu berdasarkan kepada tujuan dan hal yang lebih jelas dan tepat. Hal tersebut sesuai dengan pengertian efektivitas yang telah dijelaskan sebelumnya.

Kata efektif dan efisien selalu dipakai bergandengan dalam manajemen karena manajemen yang efektif saja sangat mungkin terjadinya pemborosan, sedangkan manajemen yang efisien saja bisa berakibat tidak tercapainya tujuan atau rencana yang telah ditetapkan.⁸ Ayat al-Qur'an yang dapat dijadikan acuan kedua hal tersebut adalah Surat Al-Kahf ayat 103-104 :

قُلْ هَلْ نُنَبِّئُكُمْ بِالْأَخْسَرِينَ أَعْمَالًا ۗ الَّذِينَ ضَلَّ سَعِيَّهُمْ فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَهُمْ يَحْسَبُونَ أَنَّهُمْ يُحْسِنُونَ صُنْعًا

⁷Al-Qur'an Kemenag, QS Al-Isra'/17:26

⁸Emmi Kholilah Harahap, "Pemanfaatan Hasil Akreditasi Manajemen Madrasah Berprestasi, Mandiri, Islami Dan Berdaya Saing Global (Studi MAN Insan Cendikia Serpong)," Jurnal Literasiologi, no. 1 (2018): h.129.

Artinya :

*Katakanlah “Apakah akan kami beritahukan kepadamu tentang orang-orang yang paling merugi perbuatannya. Yaitu orang-orang yang telah sia-sia perbuatannya dalam kehidupan dunia ini, sedangkan mereka menyangka bahwa mereka berbuat sebaik-baiknya”.*⁹

Ayat diatas menjelaskan bahwa orang yang paling merugi amalannya adalah orang-orang yang mengikuti hawa nafsu mereka dalam beramal dalam rangka tujuan mereka untuk mencapai keuntungan dan keutamaan. Sehingga akibatnya beramal dengan cara demikian itu, mereka terjatuh dalam kerusakan dan mereka tidak mencapai tujuannya. Jadi jelas bahwa suatu organisasi ataupun kegiatan yang dijalankan tidak sesuai dengan syariat yang telah ditetapkan maka semuanya tersebut akan sia-sia meskipun tujuan dari organisasi tersebut bersifat mulia.

B. Konsep Pelayanan Dalam Perspektif Ekonomi Islam

1. Pengertian Pelayanan

Pelayanan merupakan aktivitas yang memberikan jasa antara suatu pihak pada pihak lainnya, jadi pelayanan yang baik merupakan bentuk pelayanan yang dilaksanakan secara ramah tamah, adil, cepat dan etika baik hingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan untuk nasabah/*customer* yang menerima hal tersebut.

⁹Al-Qur’an Kemenag, QS Al-Kahf/18:103-104.

Pelayanan memegang peran penting dalam menciptakan kepuasan konsumen/nasabah.¹⁰

Pelayanan merupakan kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Kemampuan tersebut ditunjukkan oleh sumber daya manusia dan lingkungannya. Sumber daya manusia merupakan sumber daya terpenting dalam suatu organisasi dimana orang-orang tersebut memberikan tenaga, kreativitas, dan usaha mereka kepada organisasi. Perusahaan dituntut untuk mengelola sumber daya manusia seefektif dan seefisien mungkin.¹¹

Bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa memberikan pelayanan merupakan hal yang sangat penting dalam upaya menarik konsumen untuk menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan. Pelayanan juga merupakan kunci keberhasilan bagi perusahaan dalam melakukan kegiatan pemasaran yang bersifat jasa.¹²

¹⁰Cahaya, Lin Arshy, dan Nurul Jannah. *Strategi Pelayanan Customer Service dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah pada Bank Muamalat KCP Sukaramai*, Vol. 4 No. 01, (SAUJANA): Jurnal Perbankan Syariah dan Ekonomi Syariah (2022), hlm. 54

¹¹Cahaya, Lin Arshy, dan Nurul Jannah. *Strategi Pelayanan Customer Service dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah pada Bank Muamalat KCP Sukaramai*, Vol. 4 No. 01, (SAUJANA): Jurnal Perbankan Syariah dan Ekonomi Syariah (2022), hlm. 54

¹²Nurhadi, *Konsep Pelayanan Perspektif Ekonomi Syariah*, Vol. 2 No. 2, (EkBis: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis), hlm. 138

Dapat disimpulkan bahwa efektivitas pelayanan merupakan keefektivan yang diberikan kepada pelanggan dengan kualitas sebaik mungkin sesuai standar yang telah ditetapkan oleh pemilik toko, yang meliputi keramahan saat melayani pelanggan toko, ketepatan dan kecepatan dalam memberikan pelayanan, dan lain sebagainya.

2. Karakteristik Pelayanan yang Baik

Ada empat karakteristik yang dapat disikapi oleh pemimpin bisnis dalam hal pelayanan yang dapat memberikan nilai tambah pada perusahaan, yaitu:

1) Mudah dan cepat

Pada prinsipnya pola serta sistem pelayanan itu harus di desain sederhana, mudah dipahami baik oleh pelanggan maupun karyawan sendiri.

2) Keterbukaan

Buatlah pelanggan merasa diperhatikan secara tulus tanpa pamrih dan terbuka, tidak seperti diakal-akali. Hati-hati *proof is a reality not a promise*. Artinya pegang teguh segala janji dan iming-iming secara konsisten dan penuh komitmen. Banyak ditemui slogan megah serta mewah, iklannya tampak menjanjikan namun pada akhirnya setelah dibuktikan semua itu bersifat palsu.

3) Perhatikan kepada kebutuhan

Perlu keterampilan menyimak dan merasakan apa yang sebenarnya diinginkan oleh pelanggan. Perlu keterampilan, kesabaran dan pemahaman sehingga bisa memberikan respon jitu kepada pelanggan.

4) Keakraban

Buat pelanggan merasa dihargai dan dihormati. Tinggal pilih mana pelanggan yang perlu banyak basa basi atau yang *to the point*.¹³

Adapun ciri-ciri pelayanan yang baik adalah sebagai berikut:

- a. Tersedia sarana dan prasarana yang baik. Konsumen ingin dilayani prima karena itu untuk melayani konsumen salah satu yang paling penting diperhatikan adalah sarana dan prasarana yang tersedia.
- b. Tersedia karyawan yang baik. Kenyamanan konsumen tergantung dari petugas yang melayaninya. Petugas harus ramah, sopan, dan menarik, disamping itu petugas harus cepat tanggap, pandai berbicara, menyenangkan serta pintar.

¹³Daryanto, Ismanto Setyobudi, *Konsumen dan Pelayanan Prima*, (Yogyakarta: GAVA MEDIA, 2014), hlm. 61.

- c. Bertanggung jawab kepada konsumen dari awal hingga selesai. Dalam menjalankan kegiatan pelayanannya setiap karyawan harus mampu melayani dari awal hingga selesai.
- d. Mampu melayani secara cepat dan tepat. Dalam melayani konsumen diharapkan petugas harus melakukannya sesuai prosedur. Layanan yang diberikan sesuai jadwal dan pekerjaan tertentu dalam arti pelayanan yang diberikan sesuai dengan keinginan konsumen.
- e. Mampu berkomunikasi. Petugas harus mampu berbicara kepada setiap konsumen dan memahami keinginan konsumen, artinya petugas harus dapat berkomunikasi dengan bahasa yang jelas dan mudah dimengerti, dan jangan menggunakan istilah yang sulit dimengerti.
- f. Berusaha memenuhi kebutuhan konsumen. Petugas harus cepat tanggap apa yang diinginkan konsumen, mengerti dan memahami keinginan dan kebutuhan konsumen.¹⁴

¹⁴Abdullah, Skripsi, “*Strategi Pelayanan dalam Memberikan Kepuasan Nasabah Bank BNI Syari’ah Kantor Cabang Mikro Kota Bima Provinsi Nusa Tenggara Barat*”, (Skripsi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2018)

3. Pelayanan Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Ekonomi dan praktik bisnis Islam berkaitan sangat erat dengan akidah dan Syariah Islam sehingga seseorang tidak akan memahami pandangan Islam tentang ekonomi dan bisnis tanpa memahami dengan baik akidah dan Syariat Islam.¹⁵ Keterkaitan akidah menghasilkan pengawasan melekat pada dirinya dengan mengindahkan perintah dan larangan Allah yang tercermin pada kegiatan halal dan haram. Hal ini juga mendorong penerapan akhlak sehingga terjalin hubungan harmonis dengan mitranya yang akan mengantar kepada lahirnya keuntungan bersama, bukan sekedar keuntungan sepihak.¹⁶

Pelayanan dalam Islam adalah keseluruhan fitur dan karakteristik dari sebuah produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat dan sesuai dengan nilai-nilai Islam.¹⁷

¹⁵Sukma Mehilda, *Mengenal Bisnis Yang Tak Kenal Rugi Dalam Perspektif Islam*, Vol. 9 No. 2, (IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita), hlm. 159-173

¹⁶Daryanto, *op.cit.* hal. 110

¹⁷Nawal Ika Susanti, Melani Eka Nurdiana, *Pengaruh Etika Bisnis Islam, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Ausath Mart 1 Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Banyuwangi*, Vol. 4 No. 1. (Jurnal Ekonomi Syariah Darussalam), hlm. 124-143

Adapun konsep pelayanan dalam Islam adalah sebagai berikut:¹⁸

1. Prinsip Tolong Menolong (*Ta'awun*). Memberikan pelayanan terbaik terhadap sesama umat manusia adalah pekerjaan yang sangat mulia dan merupakan pintu kebaikan bagi siapa saja yang melakukannya. Sebagaimana dijelaskan dalam ayat Al-Qur'an:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحِلُّوا شَعَائِرَ اللَّهِ وَلَا الشَّهْرَ
الْحَرَامَ وَلَا الْهَدْيَ وَلَا الْفَلَاحِيذَ وَلَا آمِينَ الْبَيْتِ
الْحَرَامَ يَبْتَغُونَ فَضْلًا مِّن رَّبِّهِمْ وَرِضْوَانًا وَإِذَا
حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَا نُ قَوْمٍ أَن
صَدُّوكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ أَن تَعْتَدُوا وَتَعَاوَنُوا
عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ
وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Artinya:

*Dan tolong menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan taqwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertaqwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya.*¹⁹

¹⁸Nurhadi, *Konsep Pelayanan Perspektif Ekonomi Syariah*, Vol. 2 No. 2, (EkBis: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis), hlm. 143-147

¹⁹Al-Qur'an Kemenag, QS Al-Maidah/5:2

2. Prinsip Persamaan (*Musawah*). Manusia semuanya adalah sama, dari asal kejadian yang sama yaitu dari tanah dan dari diri yang satu yakni Adam yang diciptakan dari tanah. Karena itu tidak ada kelebihan individu satu dengan yang lainnya, karena asal-usul semua manusia adalah sama. Dalam Islam hanya dikenal 2 golongan manusia, yaitu mereka yang berbuat bagus, bertaqwa dan mulia disisi Allah dan orang-orang durhaka (*Fajir*), celaka dan hina di sisi Allah.²⁰

Sebagaimana firman Allah SWT dalam al-Qur'an:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا ۗ إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَىٰكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ

Artinya:

Wahai manusia, kami ciptakan kamu dari laki-laki dan perempuan dan kami jadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku agar kamu saling mengenal. Sesungguhnya yang paling mulia disisi Allah adalah yang paling takwa. Sungguh Allah maha mengetahui dan maha mengenal.²¹

²⁰Nurhadi, *Konsep Pelayanan Perspektif Ekonomi Syariah*, Vol. 2 No. 2, (EkBis: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis), hlm. 143-147

²¹Al-Qur'an Kemenag, QS Al-Hujuraat/49:13

Dari ayat di atas sangat jelas kita ketahui bahwa kita dianjurkan Allah untuk bersosialisasi kepada masyarakat sekeliling kita, tanpa harus membedakan bangsa, agama, suku ataupun dari golongan mana individu tersebut berasal.

3. Prinsip Saling Mencintai (*Muhabbah*). Rasa saling mencintai yaitu mencintai saudara sendiri seperti mencintai diri sendiri, dimana seorang karyawan memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan memperlakukan pelanggan itu dengan baik seperti memperlakukan dirinya sendiri.²² Sebagaimana telah dijelaskan dalam Al-Qur'an yang berbunyi:

ضَرَبَتْ عَلَيْهِمُ الذِّلَّةَ أَيْنَ مَا تَقِفُوا إِلَّا بِحَبْلٍ مِّنَ اللَّهِ
 وَحَبْلٍ مِّنَ النَّاسِ وَبَاءُوا بِغَضَبٍ مِّنَ اللَّهِ وَضُرِبَتْ
 عَلَيْهِمُ الْمَسْكَنَةُ ۗ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ كَانُوا يَكْفُرُونَ بِآيَاتِ
 اللَّهِ وَيَقْتُلُونَ الْأَنْبِيَاءَ بِغَيْرِ حَقِّ ۗ ذَٰلِكَ بِمَا عَصَوْا
 وَكَانُوا يَعْتَدُونَ

Artinya:

Mereka diliputi kehinaan di mana saja mereka berada, kecuali jika mereka berpegang kepada tali (agama) Allah dan tali (perjanjian) dengan

²²Nurhadi, *Konsep Pelayanan Perspektif Ekonomi Syariah*, Vol. 2 No. 2, (EkBis: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis), hlm. 143-147

*manusia dan mereka kembali mendapat kemurkaan dari Allah dan mereka diliputi kerendahan. yang demikian itu karena mereka kafir kepada ayat-ayat Allah dan membunuh Para Nabi tanpa alasan yang benar. yang demikian itu disebabkan mereka durhaka dan melampaui batas.*²³

4. Prinsip Lemah Lembut (*Al-Layin*). Untuk berlaku lemah lembut juga telah dijelaskan dalam Al-Qur'an dalam QS. Ali Imron:159 yang berbunyi:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۗ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظًا
الْقَلْبِ لَآتَفَضُوا مِنْ حَوْلِكَ ۗ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ
لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ ۚ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى
اللَّهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya:

*Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.*²⁴

²³Al-Qur'an Kemenag, QS Ali'Imran/3:112

²⁴Al-Qur'an Kemenag, QS Ali'Imron/3:159

Yang dimaksud dengan bersikap keras disini adalah bertutur kata kasar.

“Berlaku lemah lembut inilah akhlaq Muhammad shallallahu ‘alaihi wasallam yang dimana beliau diutus dengan membawa akhlaq yang mulia ini”.

Islam menekankan keabsahan suatu pelayanan yang mempunyai niat yang baik. Adapun pelayanan yang mempunyai niat yang baik menurut Islam yaitu:²⁵

- 1) Pelayanan diberikan sesuai harapan pelanggan dengan kepuasan secara maksimum.
- 2) Terjadinya suatu kesulitan dalam memberikan pelayanan tetapi konsumen tidak mengetahuinya.
- 3) Terjadinya kesalahan pemberian pelayanan pelanggan mengelak merasa tidak puas terhadap hasil kerja pelaksana petugas pelayanan.

Baik Al-Qur’an maupun Hadist memberikan pedoman tertentu dalam masalah tata krama untuk kebaikan perilaku dalam masalah bisnis. Seorang pelaku bisnis muslim diharuskan untuk berperilaku bisnis mereka sesuai yang dianjurkan al-Qur’an dan

²⁵Nurhadi, *Konsep Pelayanan Perspektif Ekonomi Syariah*, Vol. 2 No. 2, (EkBis: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis), hlm. 143-147

Sunnah.²⁶ Sopan adalah fondasi dasar dan inti dari kebaikan tingkah laku, dan juga merupakan dasar-dasar jiwa melayani dalam bisnis. Sikap melayani adalah salah satu prinsip bisnis yang Islami Rasulullah mengatakan “*saidul kaunkhalimuhum*” (pengurus/pengusaha itu adalah pelayan bagi customernya). Karena itu, sikap murah hati, ramah, dan sikap melayani mestilah menjadi bagian dari kepribadian semua karyawan yang bekerja.²⁷

Budaya kerja dalam Islam mengacu kepada sifat-sifat Nabi SAW adalah kesuksesan Nabi Muhammad saw berbisnis dilandasi oleh:²⁸

1. *Shiddiq* (jujur).

Berarti memiliki kejujuran, dan selalu melandasi ucapan, keyakinan dan perbuatan berdasarkan ajaran Islam. Dalam dunia kerja dan usaha, kejujuran ditampilkan dengan kesungguhan dan ketepatan, janji, dan pelayanan.

2. *Istiqamah*.

Berarti konsisten dalam iman dan nilai-nilai yang baik meskipun menghadapi berbagai godaan

²⁶Ahmad Syafiq, *Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Konsumen dalam pandangan Islam*, Vol. 5 No. 1 (Jurnal El-Faqih), hlm. 97-113

²⁷Nurhadi, *Konsep Pelayanan Perspektif Ekonomi Syariah*, Vol. 2 No. 2, (EkBis: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis), hlm. 147

²⁸Nurhadi, *Konsep Pelayanan Perspektif Ekonomi Syariah*, Vol. 2 No. 2, (EkBis: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis), hlm. 143-147

dan tantangan. *Istiqamah* dalam kebaikan ditampilkan dalam keteguhan, kesabaran serta keuletan sehingga menghasilkan sesuatu yang optimal.

3. *Fathanah*.

Berarti mengerti, memahami, dan menaati secara mendalam segala hal yang menjadi tugas dan kewajiban.

4. *Tabligh* (kesopanan dan keramahan).

Yaitu mampu berkomunikasi dengan baik, mengajak sekaligus memberikan contoh kepada pihak lain untuk melaksanakan ketentuan-ketentuan ajaran Islam. *Tabligh* yang disampaikan dengan hikmah, sabar, argumentatif dan persuasif akan membutuhkan hubungan kemanusiaan yang semakin solid dan kuat.

5. *Amanah* (tanggung jawab).

Amanah berarti memiliki rasa tanggung jawab dalam melaksanakan setiap tugas dan kewajiban. *Amanah* ditampilkan dalam keterbukaan, kejujuran, pelayanan yang optimal, dan *ihsan* (berbuat yang baik) dalam segala hal.

C. Konsep Kepuasan Pelanggan

1. Definisi Kepuasan Pelanggan

Kata kepuasan (*satisfaction*) berasal dari bahasa latin “*satis*” (artinya cukup baik, memadai) dan “*facio*” (melakukan dan membuat). Kepuasan bisa diartikan sebagai “upaya pemenuhan sesuatu” atau “membuat sesuatu memadai”. Sekilas definisi ini sangat sederhana, namun begitu dikaitkan dengan konteks manajemen dan perilaku konsumen, istilah ini menjadi begitu kompleks.²⁹

Kepuasan adalah penilaian kepuasan dan ketidakpuasan terhadap suatu produk atau jasa dari suatu perusahaan berdasarkan pada hasil yang dirasakan dengan harapan yang dimiliki oleh konsumen.³⁰ Kepuasan yaitu jika kinerja dibawah harapan maka konsumen akan kecewa, jika kinerja sesuai dengan harapan maka konsumen akan puas, jika kinerja melebihi harapan, maka konsumen akan sangat puas.³¹

Pelanggan adalah individu atau sekelompok yang terbiasa membeli sebuah produk atau jasa berdasarkan

²⁹Freekley Steyfli Maramis, Jantje L Sepang, Agus Supandi Soegoto, *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Air Manado*, Vol. 6 No. 3, (Jurnal EMBA), hlm. 1658-1667

³⁰Bayu Dirgantara, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dalam Tingkat Kepuasan Konsumen Produk Jasa*, Vol. 15 NO. 2 (Jurnal Bisnis Strategi), hlm. 62-67

³¹Abdullah, Skripsi, “*Strategi Pelayanan dalam Memberikan Kepuasan Nasabah Bank BNI Syari’ah Kantor Cabang Mikro Kota Bima Provinsi Nusa Tenggara Barat*”, (Skripsi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2018)

keputusan mereka atas pertimbangan manfaat ataupun harga yang kemudian melakukan hubungan pembelian.³²

Kepuasan konsumen adalah keadaan yang dicapai bila produk sesuai dengan kebutuhan atau harapan konsumen dan bebas dari kekurangan. Kepuasan konsumen dapat didefinisikan pula sebagai suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi.³³

Dari definisi tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa pada dasarnya pengertian kepuasan pelanggan merupakan suatu keadaan di mana kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan dapat terpenuhi pada suatu produk yang dikonsumsi. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan pelanggan adalah kebutuhan dan keinginan, pengalaman masa lalu, pengalaman dari teman, dan komunikasi melalui iklan. Maka yang dimaksud dengan kepuasan pelanggan adalah kondisi emosional seseorang ketika dia merasakan bahagia di mana apa yang menjadi

³²Grenberg, *berorientasi pada bisnis*, (Jakarta: CV Pustaka setia, 2010), hal. 88.

³³Rahmadani Hidayat, Arfah Piliang, Safrizal, Sugianto, *Pengaruh Harga Dan Kualitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Cititel Sisingamangaraja Pekanbaru*, Vol. 1 No. 5 (Jurnal JUKIM), hlm. 131-136

harapannya terpenuhi, ini merupakan harapan dari pelayanan Toko Kelontong.

2. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan antara lain:³⁴

1) Diskonfirmasi harapan

Produk atau jasa yang sudah diterima dan digunakan, hasilnya dibandingkan berdasarkan harapan. Penilaian kepuasan atau ketidakpuasan mengambil salah satu dari tiga bentuk yang berbeda:

- a) Diskonfirmasi positif, yaitu kinerja lebih baik dari yang diharapkan;
- b) Konfirmasi sederhana, yaitu kinerja sama dengan harapan;
- c) Diskonfirmasi negatif, yaitu kinerja lebih buruk dari yang diharapkan.

2) Teori ekuitas

Pendekatan lain memprediksi kepuasan konsumen adalah melalui teori ekuitas. Teori ekuitas menyatakan bahwa orang akan

³⁴Daryanto, Ismanto Setyobudi, *Konsumen dan Pelayanan prima*, (Yogyakarta: GAVA MEDIA, 2014), hal. 44.

menganalisa hasil dan *input* mereka dengan hasil dan *input* orang lain.

3) Perspektif teori atribut

Teori atribut mendalilkan bahwa ada tiga dasar yang digunakan untuk menggolongkan dan memahami mengapa suatu produk tidak bekerja sebagaimana yang diharapkan.

4) Kinerja produk

Konsumen melakukan pembelian dengan harapan mengenai bagaimana produk akan benar-benar bekerja.

5) Keharusan (*affect*) dan kepuasan atau ketidakpuasan

Keharusan dan kepuasan atau ketidakpuasan mengacu pada konsep bahwa tingkat kepuasan atau ketidakpuasan dapat dipengaruhi oleh respon positif dan negatif yang diasosiasikan dengan produk atau jasa setelah pembelian. Misalnya setelah membeli sebuah mobil, seorang konsumen merasa senang dan bangga tetapi tidak senang dengan tenaga penjual mobil tersebut.

Variable utama yang menentukan kepuasan konsumen, yaitu *expectations* (apa yang diharapkan) dan *perceived performance* (pelayanan yang diterima).

Apabila *perceived performance* melebihi *expectations* maka pelanggan akan merasa puas, tetapi apabila sebaliknya yaitu *perceived performance* jauh dibawah *expectations* maka pelanggan akan merasa tidak puas.³⁵

Kepuasan pelanggan terkait dengan kualitas pelayanan internal, namun pelanggan seringkali merasa tidak puas atas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Sebab-sebab timbulnya ketidakpuasan pelanggan adalah.³⁶

- a) Tidak sesuai antara manfaat atau hasil yang diharapkan dalam kenyataan atau apa yang didapat oleh konsumen.
- b) Layanan selama proses menikmati jasa tidak memuaskan.
- c) Perilaku personil atau karyawan yang kurang memuaskan atau mengecewakan pelanggan.
- d) Suasana dan kondisi fisik lingkungan tidak menunjang misalnya *layout* gedung yang tidak tertata rapi.
- e) Biaya terlalu tinggi misalnya biaya administrasi bulanan yang terlalu tinggi dan membebankan.

³⁵M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hal. 193.

³⁶M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hal. 200

f) Promosi yang terlalu berlebihan sehingga seringkali tidak sesuai dengan kenyataan.

Kepuasan pelanggan dapat dianggap sebagai investasi usaha atau bisnis. Pelanggan bagi perusahaan adalah *asset*, karena itu peningkatan kualitas pelayanan diupayakan terus menerus untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Bila suatu produk atau jasa tertentu diciptakan tanpa memperhatikan perencanaan pelayanan bagi pembeli, maka tugas usaha untuk menghasilkan produk atau jasa tersebut akan sia-sia.³⁷

Setiap perusahaan yang memperhatikan kepuasan pelanggan, maka akan memperoleh banyak manfaat:

1. Reputasi perusahaan semakin meningkat dimata pelanggan dan masyarakat, serta dapat mendorong terciptanya loyalitas pelanggan.
2. Hubungan antara perusahaan dan pelanggan semakin baik. Hal ini dapat mendorong setiap personil di dalam perusahaan supaya bekerja dengan bersungguh-sungguh.
3. Memiliki banyak pelanggan loyal berarti pelanggan tersebut semakin mendukung semua kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan, termasuk mempromosikan pengalaman baiknya

³⁷Daryanto, *op.cit.* hal. 50.

pada waktu berhubungan perusahaan kepada orang lain.

3. Indikator konsumen yang merasa puas

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu indikator keberhasilan suatu usaha. Hal ini telah menjadi kepercayaan umum karena dengan memuaskan konsumen, perusahaan dapat meningkatkan tingkat keuntungannya dan mendapatkan pangsa pasar yang lebih luas.³⁸

Dalam menentukan kepuasan ada beberapa indikator yang harus diperhatikan oleh perusahaan antara lain:³⁹

- a) Kualitas produk, yaitu pelanggan akan merasa puas apabila membeli dan menggunakan produk yang ternyata memiliki kualitas yang baik.
- b) Harga, yaitu harga yang murah adalah sumber kepuasan yang penting bagi pelanggan yang sensitif, karena mereka akan mendapatkan *value of money* yang tinggi. Bagi pelanggan yang tidak sensitif terhadap harga, komponen harga relatif tidak penting bagi mereka.
- c) Kualitas pelayanan, yaitu kualitas pelayanan sangat tergantung pada tiga hal yaitu sistem,

³⁸Silviana Melda Kolo, Gede Sri Darma, *Faktor-Faktor Terpenting Yang Mempengaruhi Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Pengguna Jaringan 4G di Denpasar*, Vol. 17 No. 1, (Jurnal Manajemen Bisnis), hlm. 57-74

³⁹Daryanto, *op.cit.* hal. 53

teknologi dan manusia. Faktor manusia ini memegang kontribusi sebesar 70%. Tidak mengherankan, kepuasan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru.

d) Faktor emosional, yaitu beberapa produk yang berhubungan dengan gaya hidup, seperti mobil, kosmetik dan pakaian, faktor emosional menempati tempat untuk menentukan kepuasan pelanggan. Rasa bangga, rasa percaya diri, bagian dari kelompok orang penting dan sebagainya adalah contoh nilai emosional yang mendasari kepuasan pelanggan.

e) Biaya dan kemudahan, yaitu pelanggan akan semakin puas apabila relatif murah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.

Kepuasan pelanggan yang tinggi mencegah terjadinya perputaran pelanggan, mengurangi sensitivitas terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasional, meningkatkan efektivitas iklan dan reputasi bisnis.⁴⁰

Faktor utama kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan terhadap pelayanan, seperti diukur melalui

⁴⁰Muhammad Anasrulloh, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Ritel DH Mart Tulungagung*, Vol. 3 No. 2, JUPEKO (Jurnal Pendidikan Ekonomi), hlm 1-9

kualitas pelayanan yang diberikan, struktur harga, jasa tambahan dan kenyamanan prosedur.⁴¹

D. Efektivitas Pelayanan Toko Kelontong Dalam Perspektif Ekonomi Islam

1. Definisi Toko Kelontong

Toko Kelontong adalah toko yang menjual berbagai macam kebutuhan sehari-hari. Selain itu, jenisnya pun beragam dan lebih lengkap. Produk yang dijual biasanya peralatan dan kebutuhan rumah tangga, seperti beras, bumbu dapur, peralatan mandi, sabun mencuci pakaian, pembersih rumah, dan lain sebagainya. Toko kelontong termasuk ke dalam UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) dan pernah menjadi tulang punggung ekonomi Indonesia saat krisis 1989. Bisa dibayangkan, kala itu UMKM menjadi penyelamat krisis. Bahkan, menjadi salah satu UMKM yang berkembang pesat. Dari masa ke masa, peminat Toko Kelontong tetap bertahan dan setia berbelanja di sana. Bukan hanya soal harga, faktor kenyamanan juga menjadi salah satu alasan lainnya.

Toko Kelontong dalam sejarahnya yang panjang mulai ada sejak jaman sebelum kemerdekaan bergerak dalam bidang *ritel* yang menjual berbagai kebutuhan masyarakat termasuk sembako kepada masyarakat

⁴¹Daryanto, *op.cit.* hal. 192

sekitarnya. Pada jaman dimana Supermarket dan Minimarket belum ada Toko Kelontong saling melengkapi dengan Pasar Tradisional sebagai penyuplai berbagai kebutuhan masyarakat.⁴²

2. Definisi Ekonomi Islam

Ekonomi Islam merupakan ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi kerakyatan yang diilhami oleh nilai-nilai dan ajaran Islam. Beberapa ahli mendefinisikan ekonomi Islam sebagai suatu ilmu yang mempelajari perilaku manusia dalam usaha untuk memenuhi kebutuhan dengan alat pemenuhan kebutuhan yang terbatas dalam kerangka Syariah. Namun, definisi tersebut mengandung kelemahan karena menghasilkan konsep yang tidak *kompatibel* dan tidak *universal*. Karena dari definisi tersebut mendorong seseorang terperangkap dalam keputusan yang *apriori* (*apriory judgement*) benar atau salah tetap harus diterima.⁴³

Dalam penelitian ini, ekonomi Islam dijadikan sebagai sudut pandang dalam menganalisis efektivitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan Toko Kelontong di Jalan Rinjani Kota Bengkulu.

⁴²Chyan, Phie, and Sean Coonery Sumarta, *Toko Kelontong Sebagai Penyangga Ekonomi Rumah Tangga Masyarakat Di Kota Makasar*, (Prosiding Serina UNTAR MBKM) hlm. 128

⁴³Nurhadi, *Konsep Pelayanan Perspektif Ekonomi Syariah*, Vol. 2 No. 2, (EkBis: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis), hlm. 143

3. Kualitas Pelayanan

Kualitas layanan dapat diukur dari sejauh mana penyelenggara pelayanan mampu memenuhi harapan pengguna pelayanan. Dengan demikian terdapat dua faktor utama yang memengaruhi (menentukan) kualitas layanan, yaitu pelayanan yang di harapkan (*expected service*) oleh pengguna pelayanan dan pelayanan yang diterima (*perceived service*) oleh pengguna pelayanan. Apabila pelayanan yang diterima pengguna pelayanan atau pelayanan yang di rasakan (*perceived service*) sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pengguna pelayanan, maka kualitas layanan tersebut dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika pelayanan yang diterima melampaui harapan pengguna pelayanan, maka kualitas layanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika pelayanan yang diterima lebih rendah daripada pelayanan yang diharapkan, maka kualitas layanan dipersepsikan buruk. Dengan demikian baik tidaknya kualitas layanan sangat tergantung pada kemampuan penyedia pelayanan dalam memenuhi harapan pengguna pelayanan secara konsisten.⁴⁴

Pelayanan prima adalah pelayanan yang sangat berpengaruh dengan setiap pekerjaan guna memenuhi

⁴⁴Algifari, *op.cit.* hal. 3.

ekspektasi para pelanggan. Dengan menggunakan kualitas pelayanan ini diyakini mampu memenuhi harapan para pelanggan.

1. Kemampuan

Pengetahuan dan keterampilan tertentu yang mutlak diperuntukan untuk menunjang program layanan prima.

2. Sikap

Perilaku yang harus di tonjolkan ketika menghadapi pelanggan. Sikap mencerminkan perilaku atau gerak-gerik yang terlihat dari diri seseorang ketika dia menghadapi situasi tertentu atau ketika berhadapan dengan orang lain

3. Penampilan

Penampilan seseorang, baik yang bersifat fisik saja maupun fisik dan nonfisik yang mampu merefleksikan diri dan kredibilitas orang tertentu kepada pihak lain.

4. Perhatian

Kepedulian penuh terhadap pelanggan, baik yang berkaitan dengan perhatian atau kebutuhan dan keinginan pelanggan maupun pemahaman atas saran atau kritiknya.

5. Tindakan

Kegiatan nyata yang harus dilakukan dalam memberikan layanan kepada pelanggan. Apabila dikaitkan dengan pelaksanaan pelayanan, yaitu upaya atau perbuatan nyata yang ditunjukkan untuk memberikan pelayanan yang wajar atau pelayanan yang baik.

6. Tanggung Jawab

Suatu sikap keberpihakan kepada pelanggan sebagai wujud kepedulian untuk menghindarkan atau meminimalkan kerugian atau ketidakpuasan pelanggan.⁴⁵

Pada intinya ada tiga rahasia pokok bagaimana benar-benar memuaskan pelanggan yaitu sediakan waktu untuk mencari tahu apa yang pelanggan anda harapkan dari anda, selalu penuhi harapan-harapan itu, selalu usahakan untuk melampaui harapan-harapan itu

Berikut ini adalah dasar-dasar pelayanan yang harus dipahami dalam memberikan pelayanan yaitu:

- 1) Berpakaian dan berpenampilan bersih dan rapi
- 2) Percaya diri, bersikap akrab dengan penuh senyum
- 3) Menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama jika sudah kenal

⁴⁵Abdullah, Skripsi, “*Strategi Pelayanan dalam Memberikan Kepuasan Nasabah Bank BNI Syari’ah Kantor Cabang Mikro Kota Bima Provinsi Nusa Tenggara Barat*”, (Skripsi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2018)

- 4) Tenang, sopan, hormat serta tekun mendengarkan setiap pembicaraan
 - 5) Berbicara dengan bahasa baik dan benar
 - 6) Bertanggung jawab sejak awal hingga selesai.⁴⁶
4. Kunci Pelayanan Dalam Islam

Keberhasilan ekonomi dalam pandangan Islam terletak pada kesesuaian antara kebutuhan moral dan material. Jika moralitas dipisahkan dari suatu kegiatan termasuk kegiatan ekonomi maka stabilitas dan keseimbangan sosial akan sangat rapuh dan akhirnya runtuh. Karena saat itu yang terjadi adalah persaingan tidak sehat dan *antagonisme*, curiga-mencurigai, bukannya kerjasama harmonis dan saling mencintai. Dalam konteks moralitas ini dapat dikemukakan beberapa butir:⁴⁷

1) Kejujuran

Kejujuran yang dimaksud bermula dengan jujur pada diri sendiri yang berlanjut dengan berlaku jujur terhadap orang lain. Tanpa kejujuran, semua hubungan termasuk hubungan bisnis tidak akan langgeng padahal dalam prinsip berbisnis Interaksi

⁴⁶Abdullah, Skripsi, “*Strategi Pelayanan dalam Memberikan Kepuasan Nasabah Bank BNI Syari’ah Kantor Cabang Mikro Kota Bima Provinsi Nusa Tenggara Barat*”, (Skripsi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2018)

⁴⁷M. Quraish Shihab, *Bisnis Sukses Dunia Akhirat*, (Tangerang: Lentera Hati, 2011), hal. 16.

yang memberi untung sedikit tapi berlangsung berkali-kali (lama) lebih baik daripada untung yang banyak tetapi hanya sekali atau dua tiga kali.

Kunci utama keberhasilan bisnis adalah kejujuran termasuk kejujuran dalam berpromosi. Promosi yang berlebihan apalagi yang mengandung kebohongan merupakan salah satu bentuk ketidakjujuran yang justru pada akhirnya merugikan pebisnis dan produknya.

2) Pemenuhan janji dan perjanjian

Salah satu konsekuensi dari Kejujuran adalah pemenuhan janji dan syarat-syarat perjanjian. Dua pihak yang bertransaksi pada dasarnya saling percaya akan kebenaran mitranya dalam segala hal yang berkaitan dengan bisnis. Jika janji atau syarat perjanjian diabaikan maka kepercayaan menjadi cedera yang bukan saja dapat membatalkan transaksi tetapi juga menghambat terjadinya transaksi baru. Al-Qur'an dan Sunnah secara tegas memerintahkan untuk memenuhi segala macam janji dan ikatan perjanjian.

3) Toleransi, keluasan dan keramahan

Bisnis bukan sekedar memperoleh keuntungan materi semata tetapi juga menjalin hubungan yang harmonis. Karenanya kedua pihak harus

mengedepankan toleransi keluasan dan keramahmataman yang seimbang. ungkapan yang menyatakan “pembeli atau konsumen adalah raja” ada benarnya, tapi dalam saat yang sama ada batasnya.⁴⁸



⁴⁸ M. Quraish Shihab, *Bisnis Sukses Dunia Akhirat*, (Tangerang: Lentera Hati, 2011), hal. 16.