

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manusia diciptakan Allah SWT untuk menjadi khalifah dimuka bumi, yaitu menjadi wakil Allah untuk memakmurkan bumi dan alam semesta karena manusia telah dibekali dengan semua karakteristik mental-spiritual dan materiil untuk memungkinkannya hidup dan mengemban misi-Nya secara efektif.¹ Islam memandang bahwa bumi dan segala isinya merupakan amanah Allah SWT kepada sang khalifah agar dipergunakan sebaik-baiknya bagi kesejahteraan bersama.

Khalifah atau pengemban amanat Allah SWT itu berlaku umum bagi semua manusia, tidak ada hak istimewa atau superioritas (kelebihan) bagi individu atau bangsa tertentu. Namun ini tidak berarti bahwa umat manusia selalu harus memiliki hak dan kewajiban yang sama untuk mendapatkan keuntungan.²

Manusia memiliki kesamaan dan keseimbangan dalam kesempatannya, dan setiap individu bisa mendapatkan keuntungan itu sesuai dengan kemampuannya. Individu-individu diciptakan oleh Allah SWT dengan kapabilitas, keterampilan, intelektualitas dan talenta yang berbeda-beda.³

¹ P3EI (Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam), *Ekonomi Islam*, (Jakarta : PT RajaGrafindo Persada, 2008) hal 62

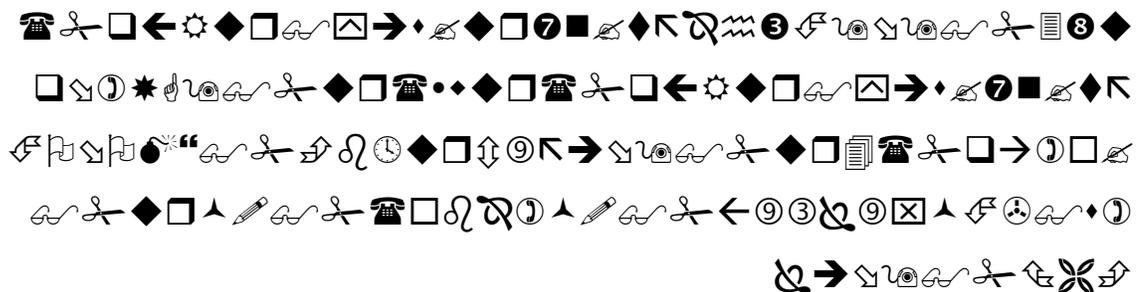
² Drs. Faisal Badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta : Kencana, 2006) hal 92

³ *Ibid*, hal 93

Islam menganggap umat manusia sebagai suatu keluarga karena semua anggota keluarga ini memiliki derajat yang sama dihadapan Allah SWT, hukum Allah SWT tidak membedakan yang hitam dan yang putih. Secara sosial, nilai yang membedakan satu dengan yang lainnya adalah ketaqwaan, ketulusan, kemampuan dan pelayanan pada kemanusiaan.

Dalam Islam bekerja dinilai sebagai kebaikan dan kemalasan dinilai sebagai kejahatan. Ibadat yang paling baik adalah bekerja dan berkarya berdasarkan kepada kapasitas masing-masing umat muslim. Umat muslim diperintahkan untuk hidup bersama dan bekerja sama.⁴

Konsep tolong menolong dalam menghadapi ketidak pastian merupakan salah satu prinsip yang sangat mendasar dari ekonomi islam. Sebagaimana di jelaskan dalam Al-qur'a>n surah Al- Ma>idah ayat 2 yang berbunyi⁵ :



Artinya:

⁴Ibid, hal 93

⁵Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan terjemah*, (Bandung : CV Diponegoro, 2007), hal 51

“ Dan tolong menolong lah kamu dalam (mengerjakan) kebaikan dan taqwa dan jangan tolong menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan. Bertaqwalah kepada Allah, sungguh Allah amat berat siksaanya”. (Al-Ma'idah ayat 2)

Berdasarkan ayat di atas dijelaskan bahwa setiap manusia dituntun untuk saling tolong menolong antara yang satu dengan yang lainnya dalam hal kebajikan, dan jangan tolong menolong dalam hal kejahatan. Sesungguhnya siksa Allah SWT sangat pedih.

Allah SWT tidak hanya menyuruh manusia untuk saling tolong menolong antar sesama tetapi juga disuruh untuk bersikap lemah lembut terhadap sesama. Sebagaimana dijelaskan Al-qur'an surah Ali Imran ayat 159 yang berbunyi :

◌



Artinya :

“Maka berkat rahmat Allah SWT engkau (Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya engkau bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekitarmu. Karena itu maafkanlah mereka dan mohonkanlah ampun untuk mereka bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Apabila

engkau telah membulatkan tekad, maka bertaqwalah kepada Allah. Sungguh Allah mencintai orang yang bertawakal”. (Ali Imran :159)⁶

Berdasarkan ayat diatas, jelas bahwa setiap manusia dituntunkan untuk berlaku lemah lembut agar orang lain merasakan kenyamanan bila berada disampingnya.

Pelaku bisnis dalam memberikan pelayanan harus menghilangkan jauhjauh sikap keras hati dan harus memiliki sifat pemaaf kepada pelanggan agar pelanggan terhindar dari rasa takut, tidak percaya, dan perasaan adanya bahaya dari pelayanan yang diterima⁷

Jika seseorang mukmin bersikap keras terhadap sesama manusia (pelanggan) maka mereka akan menjauh sehingga target yang ingin dicapai tidak akan terwujud. Hal ini berarti bahwa perhatian terhadap sesama merupakan suatu anjuran wajib bagi mukmin untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

Islam sangat menganjurkan pemeluknya untuk berusaha termasuk melakukan kegiatan bisnis. Dalam kegiatan bisnis, seseorang dapat merencanakan sesuatu dengan sebaik-baiknya agar dapat menghasilkan sesuatu yang diharapkan, namun tidak ada seorang pun yang dapat memastikan hasilnya seratus persen walaupun direncanakan dengan sebaik-baiknya namun tetap mempunyai resiko untuk gagal.

Dewasa ini persaingan bisnis sangat ketat, setiap perusahaan harus mampu menghadapi persaingan untuk selalu bertahan. Perusahaan yang ingin berkembang dan

⁶*Ibid*, hal 71

⁷[Http://Indikator/2010/03/1/Kualitas](http://Indikator/2010/03/1/Kualitas) pelayanan-jasa dalam Islam, (Diakses Pada tanggal 1 Maret 2012 Pukul 10.30 WIB)

mendapatkan keunggulan kompetitif harus dapat memberikan produk berupa barang dan jasa yang berkualitas serta pelayanan terbaik kepada pelanggan.

Pada kondisi perekonomian yang demikian maka perusahaan dituntut untuk memanfaatkan kemampuan yang ada semaksimal mungkin agar unggul dalam persaingan, oleh karena itu perusahaan harus memiliki manajemen yang baik dan tangguh sehingga dapat mengidentifikasi masalah dan menyeleksi serta mengimplementasikannya dengan tepat. Untuk dapat meningkatkan kinerjanya maka manajer harus dapat menjalankan fungsi manajemen dengan baik

Dalam hal ini tidak hanya perusahaan manufaktur saja yang diharuskan mampu bersaing dan memiliki keunggulan yang kompetitif, demikian juga dengan perusahaan jasa yang harus selalu memperbaiki dan mengembangkan kualitas jasanya guna memuaskan pelanggan.

Selain itu pelanggan juga memerlukan pelayanan yang baik dari para karyawan terhadap semua para pelanggannya. Dengan pelayanan yang baik dan memuaskan tersebut para pelanggan akan merasa puas terhadap kinerja suatu perusahaan tersebut. Pelanggan yang puas cenderung tetap loyal lebih lama terhadap perusahaan tersebut.⁸

Dalam rangka menciptakan kepuasan pelanggan, pelayanan yang ditawarkan organisasi atau perusahaan haruslah berkualitas. Kualitas menceminkan semua dimensi

⁸<http://www.RidwanIskandarSudayat.com/kepuasan-konsumen.htm> (diakses pada tanggal 9 Maret 2012 pukul 12.00 WIB)

penawaran produk yang menghasilkan manfaat bagi para pelanggan yaitu kepuasan dari para pelanggan.

Kualitas merupakan keseluruhan ciri atau sifat dari suatu produk (pelayanan) yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat.⁹

Pelayanan yang baik dan berkualitas akan mampu memenuhi harapan pelanggan. Pelanggan yang terpenuhi harapannya bahkan terlampaui dipastikan pelanggan tersebut puas.¹⁰

Kepuasan merupakan suatu tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakannya dengan harapannya. Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakannya dengan harapannya. Apabila kinerja dibawah harapan, maka pelanggan akan sangat kecewa.

Bila kinerja sesuai dengan harapan, maka pelanggan akan puas. Sedangkan bila kinerja melebihi harapan pelanggan akan sangat puas. Harapan pelanggan dapat dibentuk oleh pengalaman masa lampau, komentar dari kerabatnya serta janji dan informasi dari berbagai media. Pelanggan yang puas akan setia lebih lama, kurang sensitive terhadap harga dan memberi komentar yang baik tentang perusahaan tersebut.

⁹ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran* (alih bahasa oleh Hendra Teguh dan Ronny Antonius Rusli), (Jakarta : Prenhallindo, 1997), hal 49

¹⁰ Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta : Uup-Amd YKPN, 2004), hal 159

Untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan, terdapat beberapa faktor yang harus diperhatikan oleh suatu perusahaan. Salah satu diantaranya adalah kualitas pelayanan. Pelanggan akan merasa puas bila mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan apa yang diharapkan.

Dalam menciptakan kepuasan pelanggan, diperlukan tata cara penilaian untuk menentukan kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan. Ada lima variabel dalam menganalisis kualitas jasa, yaitu *Responsiveness* (daya tanggap), *Reliability* (keandalan), *Assurance* (jaminan), *Emphaty* (perhatian), dan *Tangibles* (bukti langsung).¹¹

Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Mengingat kualitas pelayanan kepada pelanggan semakin menduduki peran utama dan memegang peranan kunci keberhasilan pada perusahaan.

Hal ini memaksa perusahaan untuk lebih berorientasi eksternal dengan cara memberikan pelayanan dengan kualitas terbaik kepada para pelanggan, dimana tingkat kualitas pelayanan yang baik akan berpengaruh pada kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan.

¹¹Yunianto Tri Atmojo, [Http://D:/INDIKATOR/MengukurKepuasanPelanggan htm](http://D:/INDIKATOR/MengukurKepuasanPelanggan.htm), (Diakses Pada Tanggal 1 Maret 2012 Pukul 10;17 WIB)

Seiring dengan perkembangan zaman dan penambahan jumlah penduduk, perkembangan Kota Banjarmasin baik disektor pembangunan ataupun industri yang terus meningkat mengakibatkan kebutuhan akan air bersih terus bertambah.

Air merupakan sarana yang penting bagi kelangsungan hidup makhluk hidup, baik itu manusia, binatang maupun tumbuhan. Baik itu digunakan untuk minum, memasak, mencuci maupun digunakan untuk mandi.

Air merupakan kebutuhan pokok dalam kehidupan sehari-hari, air memiliki peranan penting untuk mendukung kemakmuran dan kesejahteraan masyarakat. Tersedianya air yang memadai akan mendorong perkembangan sektor pembangunan di masyarakat.

Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) merupakan perusahaan yang dikelola oleh Pemerintah Daerah yang dalam pengoperasiannya sebagai badan pelayanan masyarakat.¹²

Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Bandarmasih Kota Banjarmasin merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa. Jasa yang ditawarkan berupa jasa pelayanan untuk penyaluran air bersih kepada masyarakat.

Maka dari itu, Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Bandarmasih sebagai pengelola air minum di Kota Banjarmasin dituntut untuk dapat memenuhi kebutuhan

¹²<http://www.pdambandarmasih.com/pdambjm/> diakses tanggal 10 maret 2010 pukul 07.15

akan air minum. Air yang dimaksud adalah air bersih yang didistribusikan kepada masyarakat luas dengan kualitas, kuantitas serta kontinuitas yang memenuhi persyaratan dan handal. Pelayanan yang baik dari para karyawannya sangat diharapkan oleh para pelanggan. Agar para pelanggan merasa puas terhadap kinerja perusahaan tersebut.

Agar tujuan tersebut dapat tercapai dengan kualitas, kuantitas serta kontinuitas yang handal maka PDAM Bandarmasih harus memiliki Sumber Daya Manusia (SDM) yang handal juga agar dapat melayani para konsumen (pelanggan) dengan baik dan memuaskan.

Apabila pelayanan dari para karyawan di perusahaan ini sudah baik dan memuaskan maka pelanggan akan merasa puas dan gembira kalau harapan mereka terpenuhi dan para pelanggan akan cenderung tetap loyal terhadap perusahaan tersebut.

Dengan semakin banyaknya perusahaan yang menawarkan produk jasa guna menciptakan kepuasan yang diinginkan pelanggan maka diperlukan cara yang terbaik untuk memberikan kualitas pelayanan.

Perusahaan ini memiliki tujuan yang hendak dicapai yaitu menciptakan kepuasan pelanggan dan perusahaan ini selalu ingin memuaskan pelanggannya dengan meningkatkan kualitas pelayanan dengan cara memberikan fasilitas yang baik.

Namun harapan itu masih belum tercapai karena masih ada keluhan pelanggan tentang kualitas pelayanan. Oleh karena itu, tanggapan dari para pelanggan merupakan bahan masukan guna meningkatkan kualitas pelayanan. Setiap pelanggan memiliki

tanggapan yang berbeda-beda mengenai kualitas pelayanan sehingga menarik untuk diteliti.

Berawal dari latar belakang yang telah diuraikan diatas, penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian yang lebih mendalam tentang kepuasan konsumen terhadap pelayanan dari para karyawan PDAM, yang lebih dikhususkan penulis kepada kepuasan konsumennya. Oleh karena itu, penulis ingin menuangkannya dalam sebuah skripsi yang diberi judul : **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Daerah Air Minum Kota Banjarmasin”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas maka rumusan masalah yang akan diteliti adalah :

1. Apakah kualitas pelayanan *Responsiveness* (daya tanggap), *Reliability* (keandalan), *Assurance* (jaminan), *Empathy* (perhatian) dan *Tangibles* (bukti langsung) berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap kepuasan pelanggan yang diberikan oleh Perusahaan Daerah Air Minum Kota Banjarmasin
2. Dilihat dari dimensi pelayanan yaitu *Responsiveness* (daya tanggap), *Reliability* (keandalan), *Assurance* (jaminan), *Empahty* (perhatian) dan *Tangibles* (bukti langsung), manakah yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Perusahaan Daerah Air Minum Kota Banjarmasin
3. Bagaimana konsep kepuasan dalam Ekonomi Islam

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah kelima variabel yang terdiri dari *Responsiveness* (daya tanggap), *Reliability* (kehandalan), *Assurance* (jaminan), *Emphaty* (perhatian) dan *Tangibles* (bukti langsung) berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap kepuasan pelanggan yang diberikan oleh Perusahaan Daerah Air Minum Kota Banjarmasin
2. Untuk mengetahui dimensi pelayanan yang terdiri dari *Responsivenss* (daya tanggap), *Reliability* (kehandalan), *Assurance* (jaminan), *Emphaty* (perhatian) dan *Tangibles* (bukti langsung). Manakah yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Perusahaan Daerah Air Minum Kota Banjarmasin.
3. Untuk mengetahui konsep kepuasan dalam Ekonomi Islam

D. Signifikasi Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai:

1. Bahan informasi bagi mereka yang akan mengadakan penelitian yang lebih mendalam berkenaan dengan permasalahan ini dari sudut pandang yang berbeda.
2. Bahan untuk mengembangkan ilmu pengetahuan, khususnya dibidang Ekonomi Syariah.

3. Sebagai kontribusi pengetahuan dalam khazanah kepustakaan IAIN Antasari pada umumnya dan Fakultas Syariah pada khususnya serta pihak-pihak lain yang berkepentingan dengan hasil penelitian.

E. Definisi Operasional

Untuk menghindari kesalahpahaman dan kekeliruan dalam menginterpretasikan judul serta permasalahan yang akan penulis teliti dan sebagai pegangan agar lebih terfokusnya kajian lebih lanjut, maka penulis membuat definisi operasional sebagai berikut :

1. Kepuasan adalah perasaan senang, perasaan puas individu karena antara harapan dan kenyataan terpenuhi.¹³
2. Konsumen adalah seseorang atau suatu perusahaan yang membeli barang atau menggunakan jasa¹⁴
3. Pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain yang menyediakan kepuasan pelanggan¹⁵.

Dalam hal ini, kualitas pelayanan merupakan variabel independen yaitu variabel yang mempengaruhi variabel terikat yang terdiri dari :

¹³ Eti Roehaety, Ratih Tresnati, *Kamus Istilah Ekonomi*. (Jakarta : PT Bumi Aksara , 2005), hal 181

¹⁴Umi chulsum, windy novia, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. (Surabaya : kashiko, 2006) hal 391

¹⁵ W. J. S Poerwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. (Jakarta : balai pustaka, 2006) hal 726

- a. **Responsiveness (daya tanggap)** adalah suatu respon karyawan dalam membantu konsumenn dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap
 - b. **Reliability (keandalan)** adalah suatu kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan akurat dan terpercaya.
 - c. **Assurance (jaminan)** adalah kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas, keramah-tamahan, perkataan atau kesopanan dalam memberikan pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan.
 - d. **Empathy (perhatian)** adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan perhatian yang bersifat individual atau pribadi kepada para pelanggan.
 - e. **Tangibles (kemampuan fisik)** adalah suatu bentuk penampilan fisik, peralatan personal, media komunikasi dan hal-hal yang lainnya yang bersifat fisik.
4. Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) adalah suatu tempat atau wadah untuk mengelola air bersih yang akan di distribusikan kepada masyarakat.

F. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban sementara tentang rumusan masalah penelitian yang belum dibuktikan kebenarannya.¹⁶ Hipotesis tersebut akan ditolak jika salah dan akan diterima jika fakta-fakta membenarkan.

Oleh karena itu, penulis akan mengajukan hipotesis berdasarkan perumusan masalah dan tujuan penelitian yaitu :

- a. Ada pengaruh signifikan dimensi pelayanan yang terdiri dari *Responsiveness* (daya tanggap), *Reliability* (kehandalan), *Assurance* (jaminan), *Emphaty* (perhatian) dan *Tangibles* (bukti langsung) terhadap kepuasan pelanggan yang diberikan oleh Perusahaan Daerah Air Minum Kota Banjarmasin.
- b. Dimensi *Responsiveness* mempunyai pengaruh paling dominan terhadap kepuasan konsumen.

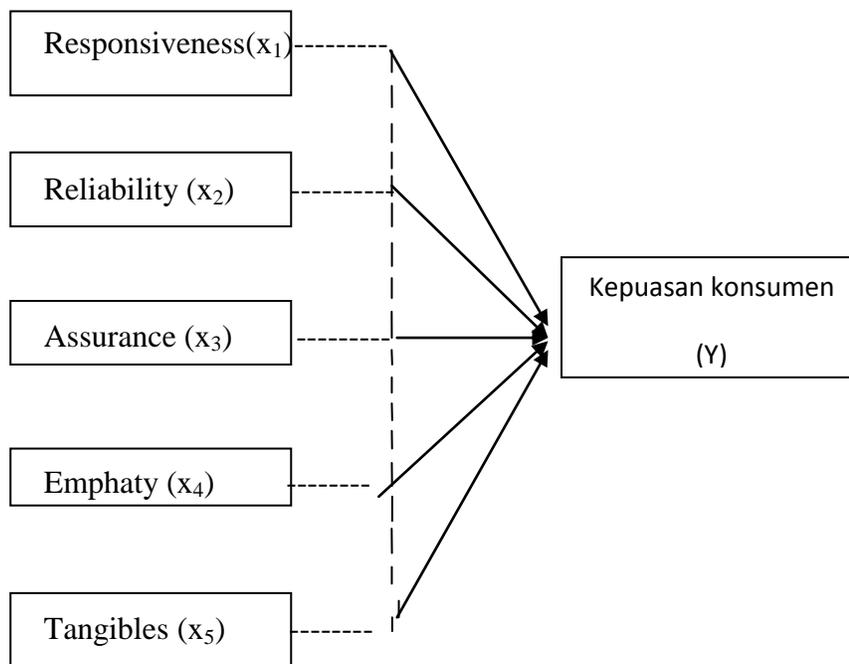
¹⁶ Duwi Priyatno, *Buku Pintar Statistik Komputer*, (Yogyakarta : MediaKom, 2011), Hal 9

G. Kerangka Pemikiran

Dalam kerangka pemikiran, penulis menggambarkan hubungan secara sistematis antara variable X dan variable Y, yakni kualitas dengan pelanggan pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Bandarmasih.

Gambar 1.1

Kerangka Pemikiran



Ket :

----- : Garis yang berpengaruh secara simultan (uji f) kualitas pelayanan (*Responsiveness, Reliability, Assurance, Emphaty dan Tangibles*) terhadap kepuasan konsumen.

____ : Garis yang berpengaruh secara parsial (uji t) kualitas pelayanan (*Responsiveness, Reliability, Assurance, Emphaty dan Tangibles*) terhadap kepuasan konsumen.

H. Kajian Pustaka

Berdasarkan penelaahan terhadap penelitian terdahulu yang penulis lakukan berkaitan dengan masalah kepuasan konsumen, penulis menemukan tulisan yang membahas tentang kepuasan konsumen yaitu : “Kepuasan nasabah terhadap produk Shar-e pada bank muamalat cabang Banjarmasin“oleh Mariana Ulfah” NIM 0301155804. Penelitian ini menjelaskan tentang gambaran kepuasan nasabah terhadap tabungan Shar-e dan faktor-faktor kepuasan dan ketidakpuasan nasabah pada produk tabungan shar-e tersebut.

Adapun skripsi lain yang meneliti tentang “Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Gas Elpiji Pada PT Citra Karunia Ilahi” oleh “Siti Rahimah” NIM 0801159022. Tulisan ini meneliti tentang bagaimana kepuasan pelanggan terhadap penjualan gas elpiji. Berdasarkan hal tersebut diatas, permasalahan yang akan penulis angkat dalam penelitian ini adalah lebih menitikberatkan dalam hal pelayanan kepada konsumennya.

Dengan demikian terdapat pokok permasalahan yang berbeda antara penelitian yang penulis kemukakan diatas dengan persoalan yang akan penulis teliti.