BAB II

KERANGKA TEORITIK

A. Kajian Pustaka

1. Strategi

Istilah strategi berasal dari kata yunani *strategea* (*stratos* : Militer, dan ag : Memimpin), yang artinya seni atau ilmu untuk menjadi seorang jendral.[9]

Pengertian strategi ada beberapa macam, sebagaimana di kemukakan oleh para ahli dalam buku karya masing-masing menurut Stephenie K. Marrus, seperti yang di kutup sukris tono (1995). Strategi didefinisikan sebagai suatu penentu rencana para pemimpin puncak yang berfokus tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana tujuan tersebut dapat di capai. Selain definisi-definisi yang sifatnya strategi, Hamel dan Prahalad (1995), yang mengangkat kompetensi inti sebagai hal yang penting. Mereka berdua mendefinisikan strategi sebagai berikut ini: strategi merupakan tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus menerus, serta di lakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang akan di harapkan oleh para pelanggan di masa depan.[10]Sedangkan dalam bukunya, Usman mendefinisikan strategi adalah hal menciptakan suatu posisi yang unik

---

[9] Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta : Andi, 1997), hal 3

[10] Usman, *Managemen Strategik*, (Yogyakarta : Amara Blok, 2003), hal 26

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dan bernilai, yang melibatkan berbagai aktivitas perusahaan[11] atau strategi merupakan satu kesatuan rencana yang komprehensip dan terpadu yang menghubungkan kondisi internal perusahaan dengan situasi lingkungan external agar tujuan perusahaan tercapai[12]

2. Pelayanan

a. Pengertian Pelayanan

Menurut Munir Pelayanan adalah merupakan serangkaian kegiatan, karena itu merupakan suatu proses. Sebagai proses, pelayanan berlangsung secara rutin dan berkesinambungan yang meliputi seluruh kehidupan orang dalam masyarakat (Munir, 2000:17). Yang dimaksud pelayanan umum adalah setiap kegiatan yang dilakukan oleh pihak lain yang ditujukan guna memenuhi kepentingan orang banyak.

b. Layanan Pelengkap

Dewasa ini produk apapun tidak terlepas dari unsur jasa atau layanan, baik itu jasa sebagai produk inti (jasa murni) maupun jasa sebagai pelengkap (layanan pelanggan). Produk inti umumnya sangat bervariasi antara tipe bisnis yang satu dengan tipe bisnis yang lain, tetapi layanan pelengkapnya memiliki kesamaan. Layanan pelengkap dapat diklasifikasikan menjadi delapan kelompok yaitu :

1) *Informasi,* misalnya jalan/arah menuju lokasi produsen, jadwal atau skedul penyampaian produk/jasa, harga, instruksi

---

[11] Husain Umar, *Strategik Managemen*, (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2002) hal 31-32

[12] Napa J awat , *Manajemen Strategi* (Yogyakarta : Liberty, 1989), hal.20

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mengenai cara menggunakan produk, peringatan (warning), pemberitahuan adanya perubahan, dokumentasi, rekapitulasi rekening, dan tanda terima.

2) *Konsultasi*, seperti pemberian saran, *auditing*, konseling pribadi, dan konsultasi manajemen/teknis.

3) *Order taking*, meliputi aplikasi atau pendaftaran (keanggotaan di klub atau program tertentu), *order entry*, dan reservási (tempat duduk, meja, ruang).

4) *Hospitality*, diantaranya sambutan, food and beverages, toilet dan kamar kecil, perlengkapan kamar mandi, fasilitas menunggu (majalah, hiburan, Koran, ruang tunggu), transportasi, dan skuriti.

5) *Caretaking*, terdiri dari perhatian dan perlindungan atas barang milik pelanggan yang mereka bawa (parkir kendaraan roda dua dan roda empat; penanganan bagasi, titipan tas, dan lain-lain), serta perhatian dan perlindungan atas barang yang dibeli pelanggan (pengemasan, transportasi, pengantaran, instalasi, pembersihan, inspeksi, dan diagnosis, pemeliharaan preventif, reparasi dan inovasi).

6) *Exceptions*, meliputi permintaan kusus sebelum penyampaian produk, menangani komplain/pujian/saran, pemecahan masalah (jaminan dan garansi atas kegagalan pemakaian produk, kesulitan yang muncul dari pemakaian produk;

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kesulitan yang disebabkan kegagalan produk, termasuk masalah dengan staf atau pelanggan lainnya), dan restitusi (pengembalian uang, kompensasi, dan sebagainya).

7) *Billing*, meliputi laporan rekening periodik, faktur untuk transaksi individual, laporan verbal mengenai jumlah rekening, mesin yang bisa memperlihatkan rekening,
8) *Pembayaran*, berupa swalayan oleh pelanggan, pelanggan berinteraksi dengan personil perusahaan yang menerima pembayaran, pengurangan otomatis atas rekening nasabah, serta kontrol dan verifikasi.

Pada prinsipnya, ada tiga kunci memberikan layanan pelanggan yang unggul antara lain sebagai berikut :

1) Kemampuan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan. termasuk didalamnya memahami tipe-tipe pelanggan
2) Pengembangan database yang lebih akurat daripada pesaing (mencakup data kebutuhan dan keinginan setiap segmen pelanggan dan perubahan kondisi persaingan).
3) Pemanfaatan informasi-informasi yang diperoleh dari riset pasar dalam suatu kerangka strategik.[13]

c. Jangkauan Pelayanan

Fokus utama pelayanan adalah meyakinkan pelanggan bahwa mereka dapat memakai produk secara maksimum dan memperoleh

[13] Fandy Tjiptono, Prinsip-prinsip Total Quality Service (Yogyakarta : Andi, 1997) hal 132-133

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

nilai maksimum pula dan pembelian itu. Dalam buku ini kami memusatkan perhatian pada bidang yang dikenal sebagai “layanan purna jual”.

Istilah layanan kepada pelanggan mencakup proses transaksi langsung dengan pelanggan. Kegiatan ini banyak ditulis sebagai topik umum, mulai dari cara menelpon sampai bagaimana memperlakukan pelanggan yang rewel. Jan Canlzon dari perusahaan penerbangan SAS mempopulerkan bidang ini dengan istilah ‘*moments of truth*’ (ketepatan waktu) yang menunjukkan bahwa pendapat pelanggan mengenai perusahaan ditentukan oleh bagian yang terlihat oleh pelanggan. Kita tidak boleh mengabaikan segi bagaimana layanan kepada pelanggan sampai kepada pelanggan dan pengaruhnya terhadap pelanggan.

Beberapa bidang yang termasuk layanan kepada pelanggan adalah :

1) Pelayanan lapangan
2) Kontrak pemeliharaan
3) Jaminan
4) Dukungan dan petunjuk bagi pelanggan
5) Pendidikan dan pelatihan
6) Perbaikan produk7. Manajemen pemasok

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

7) Penyediaan suku cadang[14]

d. Faktor-faktor yang mempengaruhi intensitas pelayanan

Dapat kita lihat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi intensitas pelayanan antara lain, sebagai berikut:

1) Produk

Sifat produk mempengaruhi intensitas layanan dengan berbagai cara:

a) Harga awal produk akan menjadi penentu bila ada kecenderungan mengganti produk daripada memperbaikinya juka produk itu gagal. Kita menemukan ada selisih sekitar 1000 pound antara barang yang lebih mahal dan barang yang barang kali lebih rumit dalam layanan. Meningkatnya layanan cenderung meningkatkan intensitas layanan.

b) Kerumitan produk cenderung meningkatkan intensitas layanan, baik sebagai dukungan kepada pelanggan maupun sebagai kebutuhan layanan.

c) Semakin dapat dipercayanya sebuah produk, semakin rendah intensitas layanannya. Kita dapat melihat penurunan drastis intensitas layanan dibeberapa sektor selama beberapa tahun ini.

d) Kebaruan produk dilapangan cenderung meningkatkan intensitas layanan, terutama jika ditemukan kesalahan yang menyangkut keamanam Ketika pemasok alat listrik

[14] Colin G, Armistead & Graham Clark, Customer Service and Support (Jakarta, PT. Elex Media Komputindo, 1996) hal 8-9

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menemukan kesalahan pada mesin pemanas yang baru diluncurkannya, mereka harus memperbaiki 5.000 mesin pemanas yang telah dipasang di rumah pelanggan hanya dalam waktu lima hari.

e) Harga asal bila dibandingkan dengan biaya selama hidup produk mempunyai akibat sebagai berikut. Jika pelanggan anda berani membayar lebih untuk system yang Iebih baik dan lebih dapat dipercaya, maka mereka menghemat biaya panggilan dalam jangka panjang dan itu berat mengurangi entensitas layanan. Sebuah perusahaan alarm menemukan bahwa setelah harga ditetapkan, mereka terpaksa menggunakan komponen yang murah pada system alarmnya, sehingga produknya cepat rusak. Itulah sebabnya mereka harus meningkatkan intensitas layanannya.

f) Perluasan operasi suatu produk yang tergantung pada produk lain yang tidak dijual pemasok dapat meningkatkan intensitas layanan. Kegagalan yang dilaporkan kepada sebuah perusahaan komputer mungkin karena peralatan lain didalam jaringan kerja dan perusahaan tidak tanggap terhadap hal itu.

2) Jenis layanan dan dukungan

Yang dimaksud dengan jenis layanan adalah sifat apa yang ditawarkan kepada pelanggan. Unsur yang paling penting dan layanan yang memiliki efek terhadap intensitas layanan adalah:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a) Jenis jaminan yang diberikan dengan produk. Semakin luas jangkauannya, semakin besar kemungkinan pelanggan memerlukan layanan.

b) Perluasan pemeliharaan preventif yang merupakan bagian dari kontrak layanan akan mempengaruhi terjadinya kegagalan, karena itu berpengaruh pula terhadap intensitas layanan.

c) Pemakaian sensor jarak jauh dan diagnosis, seperti juga peralatan jarak jauh, cenderung menurunkan intensitas layanan para teknisi layanan dengan membatasi kebutuhan mereka atau dengan meningkatkan perbaikan pertama. Akibatnya, intensitas layanan akan turun.

d) Pemakaian dukungan tambahan, seperti *heiplines*, untuk mempercepat penyelesaian masalah sebaliknya dapat meningkatkan dan mengkonsumsi lebih banyak sumber daya.

3) Pemakai

Pemakai, sama seperti semua manajer dukungan kepada pelanggan, mempunyai pengaruh yang besar terhadap intensitas layanan. Beberapa aspek utama yang perlu dipertimbangkan adalah :

a) Pemakai harus dilatih agar dapat memakai produk. Jika pemakai tidak melakukan apa yang seharusnya mereka kerjakan, maka intensitas layanan akan meningkat.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b) Besarya biaya panggilan layanan yang dikenakan kepada pemakai akan mempengaruhi timbulnya organisasi dukungan baru.

4) Petugas layanan dan dukungan

Pendekatan yang dilakukan petugas layanan dalam melaksanakan tugas dan janjinya dapat mempengaruhi intensitas layanan, yaitu :

a) Kemampuan petugas dalam melaksanakan tugasnya tanpa harus memanggil pembantu yang tidak direncanakan adalah penting.

b) Komitmen dengan petugas layanan pada penugasan pertama mereka mungkin dipengaruhi oleh penghargaan yang diberikan kepada petugas layanan itu.

5) Dukungan internal untuk fungsi layanan kepada pelanggan

Kemampuan organisasi dalam membantu operasi layanan dapat mempengaruhi intensitas layanan karena kurangnya informasi terhadap pemakaian produk atau laporan dan pelanggan akan meningkatkan kontak dengan pelanggan atau pemakai setiap kali memakai layanan.[15]

e. Nilai layanan kepada pelanggan

Penilaian pelanggan tidak mudah ditentukan, penilaian ini mungkin berkaitan dengan harga, mutu layanan yang diberikan, atau

[15] Colin G. Armisted & Graham Clark, customer service and support (Jakarta : PT. Elex Media Komputindo, 1996) hal 53-57

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

membebaskan pelanggan dan akibat psikologis karena mencemaskan kerusakan peralatan. Hal terakhir yang penting di dalam kegiatan layanan kepada pelanggan adalah perasaan aman pelanggan. ini juga mungkin merupakan jaminan bagi pelanggan yang harus mengembangkan sumber daya pada saat terjadi kegagalan produk dimasa mendatang. Kita berusaha mengeluarkan hal kritis yang membentuk nilai, tetapi akhirnya kita harus mempercayakan diri pada nilai bersih kepada pelanggan, sebagai semua keuntungan yang dipahami dan layanan kepada pelanggan.[16]

f. Strategi kualitas pelayanan

Untuk menghasilkan kualitas layanan yang maksirnal, ada empat hal yang perlu diperhatikan, antara lain :

1) Atribut layanan pelanggan

Penyampaian layanan harus tepat waktu, akurat, dengan perhatian dan keramahan. Semua ini penting, karena jasa tidak berwujud fisik (*intangible*) dan merupakan fungsi dan persepsi. Selain itu jasa juga bersifat tidak tahan lama (*perishable*), sangat variatif (*variable*), dan tidak terpisahkan antara produksi dan konsumsi (*inseparable*). Atribut ini sangat tergantung pada keterampilan hubungan antara pribadi, komunikasi, pemberdayaan, pengetahuan, sensitivitas, pemahaman, dan berbagai macam perilaku eksternal.

[16] Colin G. Armisted & Graham Clark, Customer service and support, (Jakarta ; PT. Elex Media Komputindo, 1996) hal 98

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2) Pendekatan untuk penyempurnaan kualitas jasa Iayanan

Penyempumaan kualitas jasa merupakan aspek penting dalam rangka menciptakan kepuasan pelanggan. Setidaknya ini disebabkan oleh faktor biaya, waktu menerapkan program, dan pengaruh layanan pelanggan. Ketiga faktor ini merupakan inti pemahaman dan penerapan suatu sistem yang responsif terhadap pelanggan dan organisasi untuk pencapaian kepuasan optimum.

3) Sistem umpan balik untuk kualitas pelayanan pelanggan

Umpan balik sangat dibutuhkan untuk evaluasi dan perbaikan berkesinambungan. Untuk itu, perusahaan perlu mengembangkan sistem yang responsif terhadap kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan. Informasi umpan balik harus difokuskan pada hal-hal berikut :

a) Memahami persepsi pelanggan terhadap perusahaan, jasa perusahaan, dan para pesaing.
b) Mengukur dan memperbaiki kinerja perusahaan.
c) Mengubah bidang-bidang terkuat perusahaan menjadi faktor pembeda pasar (*market differentiators*).
d) Mengubah kelemahan menjadi peluang berkembang, sebelum perusahaan lain melakukan.
e) Mengembangkan sarana komunikasi internal agar setiap orang tau apa yang mereka lakukan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

f) Menunjukkan komitmen perusahaan pada kualitas dan para pelanggan.

Pada intinya, pengukuran umpan balik dibedakan menjadi dua jenis, yaitu :

a) Kepuasan pelanggan yang tergantung pada transaksi.
b) Kualitas jasa/layanan, yang tergantung pada hubungan aktual (*actual relationship*).

4) Implementasi

Mungkin strategi yang paling penting adalah implementasi. Sebagai bagian dari proses implementasi, manajemen harus menentukan cakupan kualitas jasa dan level layanan pelanggan sebagai bagian dan kebijakan organisasi. Disamping itu, manajemen juga harus menemukan rencana implementasi. Rencana tersebut harus mencakup jadwal waktu, tugas-tugas, dan siklus pelaporan.[17]

g. Segi tiga Iayanan kepada pelanggan

Segi tiga layanan kepada pelanggan dikembangkan oleh Albrecht dan Zemke untuk dipergunakan secara penuh dalam pembuatan suatu kerangka kerja penilaian kembali kegiatan pelayanan.

Pelanggan berada dipusat segitiga ini, sebab setiap kegiatan harus dapat terlihat dampaknya dalam kepuasan pelanggan dan memahami bagaimana pelanggan memandang prestasi perusahaan, bukan hanya

[17] Fandy Tjiptono, prinsip-prinsip total quality service (Yogyakarta : Andi, 1997) hal 132-133

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menerima pandangan dari orang dalam saja. Ketiga titik sudut itu adalah sebagai berikut :

1) Strategi: Manajer layanan kepada pelanggan harus mengembangkan pernyataan yang wajar tentang peranan layanan. Caranya adalah mengukur dan memberi preoritas pada perbaikan. Strategi ini harus memperlihatkan nilai layanan kepada pelanggan dan mencatat segi-segi yang menguntungkan permasalahan dalam persaingan. Harus dikatakan bahwa strategi bukan suatu daftar keinginan, tetapi suatu sumber pernyataan yang praktis.
2) Sistem: Untuk menjelaskan strategi, sistem yang digunakan organisasi Iayanan kepada pelanggan harus dilihat dari segi perubahan isi atau tekanannya terhadap tugas layanan. Yang termasuk di dalam sistem adalah pengendalian mutu, informasi, bahan, dan produktivitas. Prinsip yang harus diteliti adalah hal penting yang memiliki pengaruh berarti pada kepuasan pelanggan, misalnya waktu respon harus diterima dengan mantap sebab sistemnya cukup memuaskan untuk melaksanakan hal seperti itu.
3) Manusia: Adalah petugas yang melakukan tugas layanan itu. Mereka menjadi lebih efektif bila mendapat penjelasan bahwa mereka menjalani strategi Iayanan yang mentap. Mereka akan diikutsertakan bila mereka memperoleh kesempatan menyumbangkan perumusannya. Pelaku layanan juga akan lebih

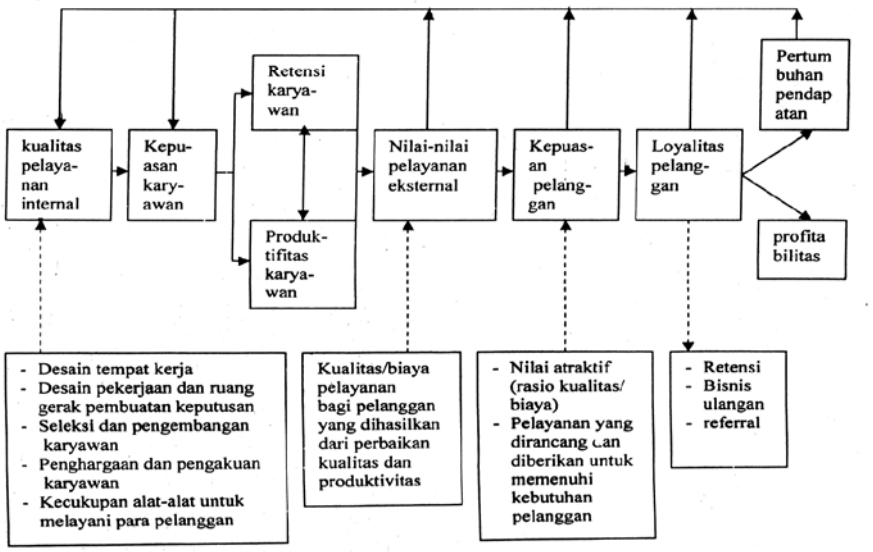
digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

efektif bila sistemnya diberi fasilitas yang baik dan tidak dihalang-halangi.

4) Pelaku layanan atau tim pelanggan: Persepsi pelanggan tentang mutu layanan umumnya meningkat bila ada ikatan antara petugas dan pelanggan. Pelaksana cenderung akan bekerja lebih keras jika pelanggan menghargainya. Pelanggan akan lebih mudah memaafkan kesalahan-kesalahan kecil petugas jika mereka melihat petugas itu telah bekerja keras.[18]

Gambar 1.
segi tiga layanan

Gambar 2.
konsep pelayanan: hasil bagi pelanggan



[18] Colin G. Armistead & Graham Clark, customer service and support (Jakarta : PT. Elex Media Komputindo, 1996) hal 13-14

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

h. Konsep pelayanan dalam Islam

Konsep pelayanan dalam Islam terwujud dalam suatu hubungan antara manusia jikalau mengajarkan beberapa prinsip pokok yaitu :

1) Prinsip persamaan (Musawah)

Prinsip persamaan ini telah diajarkan oleh Nabi Muhammad SAW. Pada hakikatnya setiap manusia sama di sisi Allah, perbedaan manusia hanya terletak pada derajat ketaqwaan masing-masing orang terhadap Allah, seperti firman Allah Surat Al-Hujarat ayat 13.

يَٰٓأَيُّهَا ٱلنَّاسُ إِنَّا خَلَقۡنَٰكُم مِّن ذَكَرٖ وَأُنثَىٰ وَجَعَلۡنَٰكُمۡ شُعُوبٗا وَقَبَآئِلَ
لِتَعَارَفُوٓاْۚ إِنَّ أَكۡرَمَكُمۡ عِندَ ٱللَّهِ أَتۡقَىٰكُمۡۚ إِنَّ ٱللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٞ

Artinya : "Hai manusia, Sesungguhnya kami menciptakan kamu dan seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berhangsa - bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal-mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia diantara kamu disisi Allah ialah orang yang paling taqwa diantara kamu. Sesungguhnya Allah Maha mengetahui lagi Maha Mengenal". (QS. Al-hujara t: 13)[2619]

Prinsip persamaan ini wajib dianut karena merupakan dasar dalam mengatur hubungan antara manusia. Dengan demikian jika

[19] Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan terjemah, hal 847

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

terdapat perbedaan didalam suatu organisasi hal itu adalah sebagai akibat dari adanya pembagian kerja atau tugas saja.

2) Prinsip Persaudaraan (Ukhuwah)

Semua Muslim bersaudara, prinsip ini dengan sendirinya mengatasi adanya perbedaan bangsa, ras, suku dan status sosial. Seperti firman Allah dalam Surat Al-Hujarat ayat 10.

إِنَّمَا ٱلْمُؤْمِنُونَ إِخْوَةٌ فَأَصْلِحُوا۟ بَيْنَ أَخَوَيْكُمْ ۚ وَٱتَّقُوا۟ ٱللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُرْحَمُونَ

Artinya :“ Orang-orang beriman itu Sesungguhnya bersaudara. sebab itu damaikanlah (perbaikilah hubungan) antara kedua saudaramu itu dan takutlah terhadap Allah, supaya kamu mendapat rahmat”(QS. Al-Hujarat : 10)[20]

Jadi sekalipun berbeda status sosial masing-masing manusia, prinsip persaudaraan harus dipegang teguh dalam perilaku hidup sehari-hari dan dalam memberikan nilai kepada manusia.

3) Prinsip cinta kasih (Muhabbah)

Manusia diciptakan oleh Allah sebagai makhluk yang paling mulia dan paling sempurna dan pada makhluknya yang lain. Oleh karena itu, sudah sepantasnya jika manusia itu saling cinta-mencintai dan saling memuliakan antara sesamanya. Sesuai dengan firman Allah Surat Ali-Imron ayat 112

[20] Departemen Agama RI, Al-Qur’an dan Terjemahan, hal 846

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ضُرِبَتْ عَلَيْهِمُ ٱلذِّلَّةُ أَيْنَ مَا ثُقِفُوٓا۟ إِلَّا بِحَبْلٍ مِّنَ ٱللَّهِ وَحَبْلٍ مِّنَ ٱلنَّاسِ ...

Artinya : "Mereka diliputi kehinaan di mana saja mereka berada, kecuali jika mereka berpegang kepada tali (agama) Allah dan tali perjanjian,) dengan manusia" (QS. Ali-Imron : 112)[21]

Oleh karena itu setiap pemimpin, karyawan, maupun pelanggan/nasabah diharuskan saling menyangi antar mereka.

4) Prinsip perdamaian (Silm)

Prinsip damai harus selalu menjadi kebajikan bagi setiap umat manusia untuk menciptakan masyarakat yang damai, aman dan sejahtera. Dalam hal ini pelayanan yang baik akan memberikan suatu kesenangan, dan kesenangan akan membuahkan kedamaian, baik kepada palanggan yang kita layani maupun kepada orang yang memberikan pelayanan. Jadi penegakan dalam pelayanan akan memberikan nilai lebih terhadap pelanggan. Sesuai dengan firman Allah Swat Al-Anfal ayat 61.

وَإِن جَنَحُوا۟ لِلسَّلْمِ فَٱجْنَحْ لَهَا وَتَوَكَّلْ عَلَى ٱللَّهِ

[21] Departemen Agama RI, Al-Qur-an dan terjemah, hal 94

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Artinya: “Dan jika mereka condong kepada perdamaian, Maka condonglah kepadanya dan bertawakkallah kepada Allah”. (QS. Al-Anfal : 61)[22]

5) Prinsip tolong-menolong (Ta ‘awun)

Seorang manusia tidak akan bisa berbuat banyak tanpa ada persatuan dengan manusia yang lain, sehingga benar dalam ilmu sosial yang mengatakan manusia adalah makhluk sosial atau makhluk yang selalu membutuhkan bantuan orang lain dalam menjalankan kehidupannya. Oleh karena itu tolong menolong antar sesama harus tetap terjalin karena merupakan sandaran utama bagi manusia dalarn menjalankan kehidupan. Sesuai dengan firman Allah dalam Surat Al-Maidah ayat 2.

وتعاونوا على البر والتقوى ولا تعاونوا على الإثم والعدوان

Artinya : “dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebaijkcan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran “. (QS. Ali-imron: 159)[23]

6) Prinsip toleransi (Tasamut)

Seorang muslim harus dapat menerima pendapat orang lain sepanjang orang itu berkata benar. Jadi ukuran toleransi disini adalah kebenaran. Jika pendapat orang lain adalah benar maka seorang

[22] Departemen Agama RI, Al-Qur’an dan terjemah, hal 271
[23] Departemen Agama RI, Al-Qur’an dan terjemah, hal 157

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

muslim harus menerima dan menyetujuinya, sekalipun hal itu datang dari bawahan.

فبما رحمة من الله لنت لهم ولو كنت فظا غليظ القلب
لانفضوا من حولك فاعف عنهم واستغفر لهم وشاورهم في الأمر
فإذا عزمت فتوكل على الله إن الله يحب المتوكلين

Artinya: "Maka disebabk.an rahmat dart Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. sekiranya karnu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan dirt dari sekelilingmu. Karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan berrnusyawaratlah dengan mereka dalam urusan ini. Kernudian apabila kamu Telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakal kepada-Nya ". (QS. Ali-Imron: 159)[24]

Ayat di atas mengajarkan kita untuk selalu bertoleransi, tenggang rasa, bijaksana, menghargai orang lain, dan sanggup menerima pendapat orang lain jika pendapat itu benar.[25]

---

[24] Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan terjemah, hal 103

[25] Mochtar Efendi, *manajemen sesuai pendekatan berdasarkan ajaran Islam* (Jakarta : Bharata, 1996), hal 185

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

i. Konteks Pegadaian Syariah

Implementasi Pegadaian Syari'ah oleh Perum Pegadaian hampir dengan Pegadaian Konvensional. Seperti halnya Pegadaian Konvensional, Pegadaian Syari'ah juga menyalurkan uang pinjaman barang bergerak. Prosedur untuk memperoleh uang pinjaman cukup sederhana hanya dengan menunjukkan KTP/SIM yang berlaku dari barang jaminan sebagai jaminan dalam waktu kurang lebih 15 menit pinjaman dapat dicairkan.

Demikian pula untuk melunasi, nasabah cukup menyerahkan sejumlah uang dan surat bukti Rahn dalam waktu singkat barang jaminan dapat diambil.

Disamping kemiripan dan beberapa unsur setidaknya terdapat 3 perbedaan pokok antara pegadaain syari'ah dengan pegadaian konvensional diantara nya :

1) Landasan Konsep

Gadai syari'ah (Rahn) adalah produk jasa gadai yang berlandaskan pada prinsip-prinsip Syari'ah, dimana nasabah hanya akan dibebani biaya administrasi dan biaya jasa simpan dan pemeliharaan barang jaminan (Ijarah).

Konsep Pegadaian syari'ah mengacu pada landasan dari Al-Qur'an dan Hadist Nabi SAW. Terdapat penjelasan tentang muamalah secara tidak tunai dalam A1-Qur'an Surat A1-Baqarah 283.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

وَإِن كُنتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا۟ كَاتِبًا فَرِهَـٰنٌ مَّقْبُوضَةٌ ۖ فَإِنْ أَمِنَ
بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ ٱلَّذِى ٱؤْتُمِنَ أَمَـٰنَتَهُۥ وَلْيَتَّقِ ٱللَّهَ رَبَّهُۥ ۗ وَلَا تَكْتُمُوا۟
ٱلشَّهَـٰدَةَ ۚ وَمَن يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُۥٓ ءَاثِمٌ قَلْبُهُۥ ۗ وَٱللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ

"Jika kamu dalam perjalanan (dan bermu'amalah tidak secara rinci) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang (oleh orang yang berpiutang). Akan tetapi jika sebagian k.amu mempercayai sebagian yang lain, maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ía bertakwa kepada Allah Tuhannya, dan janganlah kamu (para saksi) menyembunyikan persaksian. Dan barang siapa yang menyembunyikannya, maka sesungguhnya ìa adalah orang yang berdosa hatinya, dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan"[26]

Sebagaimana ayat diatas pada ayat yang lain juga diterangkan mengenai ketentuan Allah dalam bermu'amalah yaitu berbentuk jual beli merupakan bentuk kaidah umum sebagaimana dalam Al-Qur'an Surat Annisa' ayat 29 :

[26] Departemen Agama, Al-Qur'an dan terjemahannya……., hal 71

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

"Hai arang-orang yang beriman Janganlah kamu saling memakan harta sesama kamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantaramu dan Janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu ".[27]

Dari Abi Hurairah r.a. Rasulullah bersabda :

وَعَنْ أَبِى هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللهُ عَنْهُ قَالَ.قَالَ رَسُوْلُ اللهُ صَلَّ اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ : الظَّهْرُ يَرْكَبُ بِنَفَقَتِهِ إِذَا كَانَ مَرْهُوْنًا، وَلَبَنُ الدَّرِّ يُشْرَبُ بِنَفَقَتِهِ إِذَا كَانَ مَرْهُوْنًا، وَعَلَى الَّذِى يَرْكَبُ وَيَشْرَبُ النَّفَقَةُ. رَوَاهُ الْبُخَارِىُّ.

"Dari Abu Hurairah ra. berkata, Rasulullah SAW. Bersabda; Apabila ada ternak digadaikan, maka punggungnya boleh dinaiki (oleh yang menerima gadai), karena ía telah mengeluarkan biaya (menjaganya). Apabila ternak itu digadaikan, maka air susunya yang deras boleh diminum (oleh orang yang menerima gadai) karena ia telah mengeluarkan biaya (menjaga) nya. Kepada orang yang naik dan minum, maka ia harus mengeluarkan biaya (perawatan) nya. (HR Jamaah kecuali Muslim dan Nasai Bukhari)[28]

Landasan ini kemudian di perkuat dengan fatwa Dewan Syariah Nasional no 25/DSN MUI/III/2002 yang menyatakan bahwa

---

[27] Departemen Agama, Al-Qur'an dan Terjemahannya……..hal. 122
[28] Departemen Agama, Al-Qur'an dan Terjemahannya……., hal 122

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pinjaman dengan menggadaikan barang sebagai jaminan utang dalam bentuk rahn diperbolehkan namun dengan ketentuan.

a) Murtahin (Penerima Barang) mempunyai hak untuk menahan Marhun (barang) sampai semua utang Rahin (yang menyerahkan barang) dilunasi.
b) Marhun dan manfaatnya tetap menjadi milik Rahin. Pada prinsipnya Marhun tidak boleh dimanfaatkan oleh murtahin kecuali seizin Rahin, dengan tidak mengurangi nilai Marhun dan pemanfaatanya itu sekedar pengganti biaya perneliharaan / perawatannya.
c) Pemeliharaan dan Penyimpanan marhun pada dasarnya menjadi kewajiban Rahin. namun dapat dilakukan juga oleh Murtahin, sedangkan biaya dan pemeliharaan atau penyimpanan tetap menjadi kewajiban Rahin.
d) Besar biaya administrasi dan penyimpanan marhun tidak boleh ditentukan berdasarkan jumlah pinjaman,
e) Penjualan Marhun jika salah satu pihak tidak dapat menunaikan kewajibannya atau jika terjadi perselisihan (tidak tercapai kesepakatan melalui musyawarah) diantara kedua belah pihak, maka penyelesaianya dilakukan melalui Badan Arbitase Syari'ah. Dan fatwa akan berlaku sejak ditetapkan dan bila dikemudian hari terdapat kekeliruan akan diubah sebagaimana mestinya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2) Teknik Transaksi

Sesuai dengan landasan konsep diatas pada dasarnya pegadaian syari'ah berjalan diatas dua akad transaksi syari'ah yaitu:

a) Akad Rahn: Yang dimaksud rahn adalah menahan harta milik si peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang diterima, pihak yang menahan memperoleh jaminan untuk mengambil kembali seluruh atau sebagian piutangnya. Dengan akad ini Pegadaian Syari'ah menahan barang bergerak sebagai jaminan atas utang nasabah.

b) Akad Ijarah: Adalah pemindahan hak guna atas barang dan atau jasa melalui pembayaran upah sewa, tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan atas barangnya sendiri. Melalui akad ini dimungkinkan bagi pegadaian syari'ah untuk menarik sewa atas penyimpanan barang bergerak milik nasabah yang telah melakukan akad. Rukun akad dari tranaksi tersebut meliputi :

   (1) Orang yang berakad: yaitu Rahin dan Murtahin

   (2) Sighat (ijab qobul)

   (3) Barang jaminan (Marhun)

   (4) Pinjaman (Marhun Bih)

c) Pendanaan Selain bidang Operasional, aspek syari 'ah menyentuh dalam hal pendanaan. Seluruh kegiatan pendanaan bagi nasabah harus diperoleh dari pendanaan yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bebas riba. Selain dari modal Pegadaian sendiri, Modal diperoleh dengan kerjasama dengan Bank Muamalat Indonesia dan pada waktu mendatang dimungkinkan melakukan kerjasama dengan lembaga keuangan syari'ah Iain.

Dari landasan Syari'ah tersebut maka rnekanisme operasional Pegadaian Syari'ah dapat digambarkan sebagai berikut: Melalui akad Rahn, nasabah menyerahkan barang bergerak dan kemudian pegadaian menyimpan dan merawatnya ditempat yang telah disediakan oleh pegadaian. Akibat yang timbul dari proses penyimpanan adalah timbulnya biaya-biaya yang meliputi nilai investasi tempat penyimpanan. Biaya perawatan dan keseluruhan proses kegiatanya. Atas dasar ini dibenarkan bagi Pegadaian Syari'ah mengenakan biaya sewa kepada nasabah sesuai jumlah yang disepakati oleh kedua belah pihak.

Pegadaian syari'ah akan memperoleh keuntungan hanya dari sewa tempat yang dipungut bukan tambahan berupa bunga atau sewa modal yang diperhitungkan dan uang pinjaman. Sehingga disini dapat dikatakan proses pinjam meminjam uang hanya sebagai "Lipstick" yang akan menarik minat konsumen untuk menyimpan barangnya dipegadaian. Adapun ketentuan atau persyaratan yang menyertai akad tersebut meliputi :

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a) Akad akad tidak mengandung syarat fasik/batit seperti murtahin mensyaratkan barang jaminan dapat dimanfaatkan tanpa batas.
b) Marhun Bih (pinjaman) pinjaman merupakan hak yang yang wajib dikembalikan kepada murtahin dan bisa dilunasi dengan barang yang dirahn-kan tersebut. Serta pinjàman itu jelas dan tentu.
c) Marhun (barang yang dirahn-kan) : marhun bisa dijual dan nilainya seimbang dengan pinjaman, memiliki nilai, jelas ukuranya, milik syah penuh dan Rahn, tidak terkait dengan hak orang lain dan bisa diserahkan baik materi maupun manfaatnya.
d) Jumlah maksimum dana rahn dan nilai likuidasi barang yang dirahn-kan serta jangka waktu rahn ditetapkan dalam prosedur.
e) Rahin dibebani jasa manajemen atas barang berupa biaya asuransi, biaya penyimpanan, biaya keamanan dan biaya pengelolaan serta administrasi.

Untuk dapat memperoleh layanan Pegadaain Syari'ah masyarakat cukup menyerahkan harta geraknya misalnya (emas, berlian, kendaraan dll) untuk dititipkan dipegadaian disertai copy kartu identitas. Kemudian penaksir pegadaian akan menentukan nilai taksiran barang sebagai patokan pengenaan jasa simpan (Ijarah) dan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

plafon pinjaman yang diberikan. Pinjaman dapat diberikan maksimum 90 % dari taksiran barang. Setelah itu nasabah dan pegadaian melakukan akad dengan kesepakatan :

a) Jangka waktu penyimpanan barang dan pinjaman selama 120 hari.
b) Nasabah bersedia membayar Jasa simpan sebesar Rp. 85,- (untuk barang perhiasan), Rp. 90,- (untuk banang elektronik), Rp.95,- (untuk barang kendaraan) dan kelipatan taksiran Rp. 10.000. per 10 hari yang akan dibayar ketika melunasi pinjaman.
c) Membayar biaya administrasi saat pencairan uang pinjanian.

Nasabah diberikan kelongganan menebus barang kapan saja sebelum jangka 120 hari dengan terlebih dahulu membayar jasa simpan yang telah berjalan ditambah biaya administrasi atau hanya membayar jasa simpan saat jatuh tempo untuk perpanjangan gadai. Bila nasahah sudah tidak mampu melunasi atau memperpanjang utangnya maka barang akan dilelang. Selisih antara nilai penjualan dikurangi pinjaman, jasa simpan dan biaya lelang menjadi hak nasabah. Dari nasabah diberikan jangka waktu 1 tahun untuk mengambil uang kelebihan lelang namun jika tidak diambil setelah 1 tahun maka uang kelebihan tersebut akan diserahkan ke Badan Amil sebagai ZIS (Zakat, Infaq, Shodaqoh).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3) Perbedaan Antara Pegadaian Konvensional dengan Pegadaian Syari'ah

Dari uraian di atas dapat disimpulkan perbedaan yang cukup mendasar antara pegadaian syari'ah dan konvensional yakni :

a) Di Pegadaian Konvensional, tambahan yang harus dibayar oleh nasabah disebut sewa modal/bunga yang besarnya dihitung dari uang pinjaman. Sedangkan pada pegadaian Syari'ah tambahan yang harus dibayar oleh nasabah disebut Ijaroh dan dihitung bukan berdasarkan uang pinjaman amun berdasarkan jasa simpan. Sebagai contoh jika seseorang yang menganggadakan emasnya seberat l grm dan Ia meminjam uang dari pegadaian syari'ah sebesar 100.000, maka yang meminjam tersebut tidak membayar bunga dan uang pinjamannya akan tetapi ia hanya membayar sewa tempat dan pemeliharaan dari emas yang digadaikannya.

b) Pegadaian Konvensional melakukan 1 akad saja yaitu utang piutang sedangkan menyerahkan barang hanya bersifat asesoir (tambahan), sedangkan Pegadaian Syari'ah mensyaratkan keberadaan barang jaminan secara mutlak guna membenarkan penarikan jasa simpan.[29]

B. Kajian Teoritik

1. Kualitas pelayanan

[29] Dokumen Gambaran Umum Pegadaian Syari'ah, hal 1-4

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kualitas pelayanan adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk, pelayanan diartikan alat pemuas kebutuhan yang tidak berwujud, prestasi yang dilakukan atau dikorbankan untuk memuaskan permintaan atau kebutuhan pihak lain.

Menurut Wyckf, kualitas pelayanan adalah tingkat kesempurnaan yang di harapkan dan pengandalian atas tingkat kesempurnaan tersebut untuk memenuhi permintaan pelanggan.

Jadi, kualitas pelayanan adalah keseluruhan cirri dan sifat suatu jasa yang tidak berwujut, yang berkaitan dengan pemberian jasa kepada para pelanggan, terlibat dengan penanganan keluhan untuk memuaskan permintaan atau kebutuhan pelanggan

Masalah strategi juga merupakan unsur kepuasan yang sangat penting. Adapun strategi kualitas jasa atau layanan, yaitu :

a. Atribut layanan pelanggan

Penyampaian layanan harus tepat waktu, akurat, dengan perhatian dan keramahan. Semua ini penting, karena jasa tidak berwujud fisik (*intangible*) dan merupakan fungsi dan persepsi. Selain itu jasa juga bersifat tidak tahan lama (*perishable*), sangat variatif (*variable*), dan tidak terpisahkan antara produksi dan konsumsi (*inseparable*). Atribut ini sangat tergantung pada keterampilan hubungan antara pribadi, komunikasi, pemberdayaan, pengetahuan, sensitivitas, pemahaman, dan berbagai macam perilaku eksternal.

b. Pendekatan untuk penyempurnaan kualitas jasa Iayanan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Penyempunaan kualitas jasa merupakan aspek penting dalam rangka menciptakan kepuasan pelanggan. Setidaknya ini disebabkan oleh faktor biaya, waktu menerapkan program, dan pengaruh layanan pelanggan. Ketiga faktor ini merupakan inti pemahaman dan penerapan suatu sistem yang responsif terhadap pelanggan dan organisasi untuk pencapaian kepuasan optimum.

c. Sistem umpan balik untuk kualitas pelayanan pelanggan

Umpan balik sangat dibutuhkan untuk evaluasi dan perbaikan berkesinambungan. Untuk itu, perusahaan perlu mengembangkan sitem yang responsif terhadap kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan. Informasi umpan balik harus difokuskan pada hal-hal berikut :

1) Memahami persepsi pelanggan terhadap perusahaan, jasa perusahaan, dan para pesaing.
2) Mengukur dan memperbaiki kinerja perusahaan.
3) Mengubah bidang-bidang terkuat perusahaan menjadi faktor pembeda pasar (*market differentiators*).
4) Mengubah kelemahan menjadi peluang berkembang, sebelum perusahaan lain melakukan.
5) Mengembangkan arana komunikasi internal agar setiap orang tau apa yang mereka lakukan.
6) Menunjukkan komitmen perusahaan pada kualitas dan para pelanggan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pada intinya, pengukuran umpan balik dibedakan menjadi dua jenis, yaitu :

1) Kepuasan pelanggan yang tergantung pada transaksi.
2) Kualitas jasa/layanan, yang tergantung pada hubungan aktual (*actual relationship*).

d. Implementasi

Mungkin strategi yang paling penting adalah implementasi. Sebagai bagian dari proses implementasi, manajemen harus menentukan cakupan kualitas jasa dan level layanan pelanggan sebagai bagian dan kebijakan organisasi. Disamping itu, manajemen juga harus menemukan rencana implementasi. Rencana tersebut harus mencakup jadwal waktu, tugas-tugas, dan siklus pelaporan.

2. Dimensi kulitas pelayanan

Sebagai salah satu bentuk jasa yang melibatkan tingkat interaksi yang tinggi antara nasabah dan pemakai jasa, terdapat lima dimensi pokok yang menentukan kualitas pelayanan:

a. Keandalan (realiability), yakni kemampuan member pelayanan yang di janajikan dengan segera atau tepat waktu, akurat, dan memuaskan.
b. daya tanggap (responsiveness), yaitu kemauan kesediaan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayann yang tanggap, memberikan pelanggan menunggu untuk alasan yang tidak jelas dapat menimbulkan persepsi negative terhadap kualitas.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. jaminan (Assurance), mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, respek terhadap pelanggan, dan sifat yang dapat di percaya yang dimiliki para staf; bebas dari bahaya atau keragu-raguan
d. empati, meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan pelanggan.
e. bukti langsung (Tangibles), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan karyawan, dan sarana prasarana[30]

Colin G. Armistead dan chlark, menyatakan sebuah teori dalam, bukunya "customer cervice and support" bahwa, layanan dan dukungan kepada pelanggan yang baik merupakan sesuatu yang vital.

Keuntungan terbesar yang kita dapat adalah kepercayaan pelanggan, karena pelanggan menilai mutu produk dengan apa yang mereka lihat dan mereka alami. Banyak perusahaan yang menghasilkam produk yang baik jatuh karena mutu dokumentasi dan cara menelpon!. kami pernah mendatangani pabrik yang paling terkenal di Inggris yang sudah sepantasnya mendapat reputasi pabrik yang sangat baik, namun kami di sambut oleh peugas keamanan yang sibuk makam ikan goreng dan keripik. Hal ini dapat di pastikan bukan citra perusahaan yang diharapkan dan merupakam suatu yang buruk bagi kami.

C. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Dalam kajian penelitian ini, peneliti mengumpulkan beberapa kutipan rujukan skripsi untuk menelusuri penelitian terdahulu yang

[30] Fandy tjiptono. Perpektif manajemen pemasaran.(Yogyakarta: andi, 1999)hal 42

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berhubungan dengan masalah pelayanan, sebagai pembanding antara fenomena yang hendak diteliti dengan fosil studi terdahulu yang serupa.

Adapun kajian kepustakaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Sistem Pelayanan Koperasi Madani Randu Agung – Lumajang. Yang ditulis oleh Muki Dalam memberi definisi pelayanan lebih menitik beratkan pada sistem-sistem pelayanan yang melandasi tiga semboyan kerja yang antara lain: cepat, tepat dan ramah serta memperlihatkan penampilan karyawan terhadap nasabahnya.
2. Stratregi Pelayanan Terhadap Aggota Koperasi AL-IKHLAS Depag Kota Surabaya. Yang ditulis oleh Abdul Latif mengenai strategi pelayanan dilakuakn dengan menjalankan visi misi koperasi, memperhatikan situasi dan kondisi anggotanya dan peningkatan perekonomian kerakyatan.

Dari beberapa judul skripsi diatas terdapat persamaan yaitu sama-sama meneliti tentang strategi dan pelayanan untuk menarik nasabah atau pelanggan. Adapun perbedaannya yaitu dari strategi dengan sistem atau lebih difokuskan pada strategi pelayanannya untuk menarik nasabah diPegadaian Syari'ah Sidoarjo.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id