#### **BAB II**

#### KAJIAN TEORITIK

### A. Penelitian Terdahulu yang Relevan

- 1. Telah dilakukan penelitian oleh seseorang yang bernama Yessy Artanti mahasiswa Unversitas Negri Surabaya fakultas ekonomi jurusan manajemen dengan judul pengaruh penanganan keluhan terhadap loyalitas nasabah PT.Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Dengan kepuasan nasabah sebagai variabel perantara (studi pada Nasabah Bank Muamalat cabang Surabaya. Adapun persamaan dengan penelitian saya yaitu menggunakan dua variabel yang sama penanganan keluhan dan kepuasan. penelitian ini juga menggunakan penelitian kuantitatif. Terdapat juga perbedaan dalam penelitian ini menggunakan tiga variabel dengan menggunakan teori path analaisy serta menggunakan Teknik analisis Equation modeling., obyek penelitian ini dilakukan pada Bank Muamalat cabang Surabaya dengan kesimpulan yang berbeda pula. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini adalah penanganan keluhan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah sebesar 0,604.
- 2. Penelitian yang kedua telah dilakukan oleh Anggoro danang setyanto dengan judul pegaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan dan komplain ( studi kasus pada nasabah asuransi jiwa AJB bumiputera

- magelang ). Adapun persamaan dalam penelitian ini satu variabel yang sama yaitu kepuasan dan menggunakan penelitian kuantitatif. Terdapat juga perbedaan dalam penelitian ini menggunakan empat variabel dengan menggunakan metode analisis Struktural Equation Modelling. obyek yang dilakukan penelitian ini AJB ( Asuransi jiwa bumiputra ). Dengan hasil empat variabel tersebut terdapat hubungan yang signifikan.
- 3. Penelitian yang ketiga dilakukan oleh Dhyah setyorini dengan judul Pengaruh penanganan keluhan pelayanan kesehatan terhadap kepercayaan pasien di rumah sakit umum daerah panembahan senopati kabupaten bantul.penelitian ini menggunakan dua variabel yang terdiri dari penanganan keluhan pelayanan kesehatan dan kepercayaan, menggunakan penelitian kuantitatif, obyek yang dipilih adalah rumah sakit. Adapun peredaan , untuk pengambilan sampel menggunakan accidental sampling. Hasil dari penelitian ini adalah Hasilnya menunjukkan bahwa variabel Kepuasan terhadap Penanganan Keluhan merupakan variabel moderating karena koefisiennya negatif (-0,894) tetapi tidak signifikan karena nilai p di atas 0,05 (0,533). Hal ini berarti Kepuasan terhadap Penanganan Keluhan tidak menjamin Kepercayaan publik terhadap kinerja Pemerintah (RSUD).
- 4. Penelitian yang keempat dilakukan oleh Widya chitamiputri mahasiswa Universitas Widyatama Bandung fakultas ekonomi dan manajemen dengan judul Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan terhadap loyalitas pasien rawat jalan dan rawat inap Rumah Sakit otorita Batam. Terdapat persamaan

dalam penelitian ini yaitu menggunakan variabel kepuasan, menggunakan penelitian kuantitatif dan obyek yang sama yaitu Rumah sakit tetapi di Rumah Sakit yang berbeda. Adapun perbedaan penelitian ini menggunakan tiga variabel, menggunakan metode deskriptif dan verivikasi, serta kesimpulan yang berbeda pula. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini Tanggapan responden terhadap kualitas pelayanan dan keluasan sangat baik karena nilai rata-rata dari keseluruhan pertanyaan sebesar 4,03 berada pada interval 3,40-4,19.

Nama	Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil
Yessy artanti	Pengaruh penanganan keluhan terhadap loyalitas nasabah PT.BANK Muamalat Indonesia, Tbk. Dengan kepuasan nasabah sebagai variabel antara.	<ul> <li>Terdapat menggunakan</li> <li>Variabel yang sama yaitu penangan keluhan dan kepuasan</li> <li>Menggunakan penelitian kuantitatif</li> <li>Menggunakan skala liker</li> </ul>	<ul> <li>Penelitian ini menggunakan tiga variabel</li> <li>Menggunakan teori path analaisy</li> <li>Terdapat lokasi yang berbeda yaitu di BANK Muamalah</li> <li>Kesimpulan yang berbeda</li> <li>Teknik analisisnya menggunakan Equation modeling.</li> </ul>	• Penanganan keluhan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebesar 0,604
Anggoro danang setyanto	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan dan complain (studi kasus pada nasabah asuransi jiwa di AJB bumiputera magelang)	<ul> <li>Terdapat menggunakan satu variabel yang sama dalam penelitian ini yaitu kepuasan</li> <li>Menggunakan penelitian kuantitatif</li> </ul>	<ul> <li>Dalam penelitian ini menggunakan empat variabel</li> <li>Terdapat lokasi yang berbeda yaitu di AJB (asuransi jiwa bumiputera)</li> <li>Dan kesimpulan yang berbeda pula</li> </ul>	• Empat fariabel tersebut terdapat hubungan yang signifikan

Dhyah setyorini	Pengaruh penanganan keluhan pelayanan kesehatan terhadap kepercayaan pasien di rumah sakit umum daerah panembahan senopati kabupaten bantul.	<ul> <li>Menggunakan dua variabel</li> <li>Variabel dependen menggunakan penanganan keluhan</li> <li>Menggunakan penelitian kuantitatif</li> <li>Obyek penelitian ini di Rumah Sakit</li> </ul>	<ul> <li>Variabel independen yang berbeda</li> <li>Lokasi Rumah Sakit yang berbeda</li> <li>Kesimpulan yang berbeda pula</li> </ul>	• Kepuasan terhadap penanganan keluhan tidak menjamin kepercayaan public terhadap kinerja pemerintah (RSUD)
Widya chitamiputri	Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan terhadap loyalitas pasien rawat jalan dan rawat inap Rumah Sakit otorita Batam.	<ul> <li>Menggunakan salah satu variabel yang sama yaitu kepuasan</li> <li>Obyek penelitian di Rumah Sakit</li> <li>Menggunakan penelitian kuantitatif</li> </ul>	<ul> <li>Menggunakan variabel dependen yang berbeda</li> <li>Terdapat tiga variabel dalam penelitian ini</li> <li>Lokasi rumah Sakit yang berbeda</li> <li>Kesimpulan yang berbeda pula</li> <li>Menggunakan metode deskriptif dan verivikasi</li> </ul>	• Tanggapan responden terhadap kualitas pelayanan dan keluasan sangat baik karena nilai rata-rata dari keseluruhan pertanyaan sebesar 4,03 berada pada interval 3,40-4,19.

# B. Kerangka Teori

## 1. Handling Complaint

Handling Complaint adalah menangani berbagai upaya yang dilakukan manajemen untuk memecahkan masalah<sup>38</sup> ketidak puasan atau kekecewaan<sup>39</sup> yang timbul sebagai akibat dari pelayanan personalia yang berada di bawah standart.<sup>40</sup> Para petugas pelayanan merupakan ujung tombak perusahaan jasa pelayanan yang akan berhadapan langsung dengan pihak pelanggan. Petugas pelayanan ini harus mampu menanamkan citra yang positif bagi perusahaan dan juga harus dipelihara dan dipertahankan keberadaannya.<sup>41</sup> Pelayanan pelanggan saat ini juga memberikan peranan yang cukup besar dalam menaikkan omset penjualan perusahaan. Pemberian sebuah pelayanan dalam bidang usaha jasa, misalnya rumah sakit akan menaikan citra rumah sakit dan berujung kepada kenaikan laba atau keuntungan.<sup>42</sup>

Dengan memberikan pelayanan yang baik termasuk menangani komplain. Adapun proses *Handling Complint* yang efektif dimulai dari identifikasi dan penentuan sumber masalah yang menyebabkan pelanggan tidak puas dan mengeluh. Langkah ini merupakan langkah yang sangat vital, karena

<sup>&</sup>lt;sup>38</sup> Komaruddin, 1994, *Ensiklopedia Manajemen*, Bumi Askara, Jakarta, hal. 360

<sup>&</sup>lt;sup>39</sup> Fandy Tjiptono, Ph.D, 2014, *Pemasaran Jasa*, ANDI, Yogyakarta, hal.446

<sup>&</sup>lt;sup>40</sup> Prof. Komaruddin, 1994, Ensiklopedia Manajemen, Bumi askara, Jakarta, hal. 360

<sup>&</sup>lt;sup>41</sup> H. Nandan limakrisna., MM., CQM dan Wilhelmus hary susilo., MM., IAI, 2012, *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Balam Bisnis*, Mitra wacana media, Jakarta, hal. 97

<sup>&</sup>lt;sup>42</sup> Susatyo Herlambang, SE.,MM, 2010, *Public Relations and Customer Service*, Gosyen Publishing, Yogyakarta, hal. 73

menentukan efektivitas langkah-langkah selanjutnya. Demi penanganan komplain secara cepat dan tepat, sebaiknya pengguna layanan perlu diberitahu terlebih dahulu tentang bagaimana cara menangani komplain yang efektif. Pemberitahuan tersebut penting karena dari komplain yang baik sebuah instansi penyedia layanan mampu menganalisis dan merespon komplain dengan cepat. 44

pada dasarnya setiap interaksi dengan pelanggan adalah sebuah bentuk dari layanan pelanggan. Bentuk interaksi tersebut bermacam-macam, bisa lewat telepon, surat, atau tatap muka langsung. Jadi layanan pelanggan adalah benar-benar memuaskan kebutuhan pelanggan dan melampaui harapan-harapan mereka. Semua berlomba berusaha untuk menciptakan lebih banyak pelanggan. Dengan itu layanan yang berkualitas sangat dibutuhkan untuk kelangsungan dan keberhasilan sebuah usaha. Adapun manfaat pelayanan yang berkualitas diantaranya adalah sebagai berikut: lebih sedikit komplain pelanggan, reputasi perusahaan positif, dan terciptanya pengembangan perusahaan. Dasar penting mngorganisir komplain menurut Schelling and Chris Topher, Ed karena "Pelanggan yang komplain adalah teman baik kami, karena mereka memberikan kesempatan kepada kami untuk meningkatkan

4

<sup>&</sup>lt;sup>43</sup> Fandy Tjiptono, 1997, *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*, ANDI, Yogyakarta, hal. 137

<sup>&</sup>lt;sup>44</sup> Dyah hariani, 2008, *Manajemen Komplain dan Penanganan Keluhan dalam Pelayanan Public*, jurnal ilmu administrasi dan kebijakan public (online), vol. 5, No. 2, di akses pada juni 2015 dari http://core.ac.uk

<sup>&</sup>lt;sup>45</sup> Ivonne Wood, 2009, Layanan Pelanggan: Cara Praktis, Murah dan Inspiratif Memuaskan Pelanggan, Graha Ilmu, Yogyakarta, hal. 5

<sup>&</sup>lt;sup>46</sup> Heri "Smile" Suchaeri, 2012, *Total Customer: Percepatan Laba Sepanjang Masa*, KDT, Yogyakarta, hal. 8-9

pelayanan". Sedangkan hukum pelanggan adalah Raja.<sup>47</sup> Dalam *Handling Complaint* memiliki sub variabel yang terdiri dari:

# a. Permohonan maaf kepada pelanggan atas ketidaknyamanan yang mereka alami.

Meminta maaf merupakan hal yang mutlak dilakukan bila memang kita melakukan kesalahan. Bahkan dari sejak awal pelanggan mengajukan komplain, kita sudah terlebih dahulu minta maafatas ketidaknyamanan pelanggan. meminta maaf bukan berarti pecundang, karena justru melalui permintaan maaf terkadang menambah nilai respek pelanggan pada perusahaan atas ketidaknyamanan yang dimiliki pelanggan.

Permintaan maaf menjadi bagian atas nilai dari perusahaan yang berkarakter. Dengan mengakui kesalahannya dan bersikap dengan sopan maka perusahaan dinilai bersikap manusiawi serta memberikan kepedulian pada pelanggan. hal ini akan menambah respek pelanggan terhadap perusahaan karena memberikan pelayanan yang memuaskan. Dengan permohonan maaf memiliki indikator yang terdiri dari Jujur, kesopanan, pemaaf, serta memberikan bantuan.

Demikian banyak anjuran Al-Qur'an untuk memberikan maaf. Bahkan lebih jauh dari itu Al-Qur'an menganggap kata maaf dan perkataan yang baik, lebih baik dari derma yang diikuti dengan sesuatu yang menyakitkan

.

<sup>&</sup>lt;sup>47</sup> Nina Rahmayanti, 2010, *Manajemen Pelayanan Prima*, Graha Ilmu, Yogyakarta, hal. 101

( perasaan si penerima ). Dalam Al-Qur'an surat Al Baqoroh ayat 263 yang berbunyi :

Yang artinya : perkataan yang baik dan pemberian maaf, lebih baik dari pada sedekah yang diiringi oleh sesuatu yang menyakitkan. Dan Allah Maha Kaya lagi Maha Penyayang.<sup>48</sup>

Al-Qur'an memerintahkan untuk memberikan maaf dan berlapang dada atas kesalahan yang dilakukan oleh orang lain, dan hendaknya perlakuan jelek dibalas dengan perilaku yang baik, sehingga dengan tindakan itu musuh pun akan bisa menjadi teman yang akrab.

## b. Empati terhadap pelanggan yang marah

Dalam menghadapi pelanggan yang emosi atau marah, perusahaan perlu bersikap empati, karena bila tidak maka situasi akan bertambah runyam. Untuk itu perlu diluangkan waktu untuk mendengarkan keluhan mereka dan berusaha memahami situasi yang dirasakan oleh pelanggan tersebut. Dengan demikian permasalahan yang dihadapi dapat menjadi jelas sehingga pemecahan yang diharapkan dapat diupayakan bersama.

<sup>&</sup>lt;sup>48</sup> Tim Disbintalat, 2002, *Al-Qur'an dan Terjemah Indonesia*, Sari Agung, Jakarta, Surat Al-baqoroh

Dalam menangani komplain pergunakan simpati dan empati dari anda yang paling dalam. Berikan perhatian meski hannya dalam bentuk yang kecil. Hal ini akan menghapus rasa bersalah anda. Fokuslah pada solusi bukan yang lain. Bila hanya terus menerus memberikan penjelasan tanpa solusi hannya akan membuat pelanggan semakin tidak puas. Indikator pada empati meliputi Memberi perhatian, sabar, ramah, dan peduli.

## c. Kecepatan dalam menangani komplain

Kecepatan merupakan hal yang sangat penting dalam penanganan keluhan. Apabila keluhan pelanggan tidak segera ditanggapi, maka rasa tidak puas terhadap perusahaan akan menjadi permanen dan tidak dapat diubah lagi. Sedangkan apabila komplain dapat ditangani dengan cepat, maka ada kemungkinan pelanggan tersebut menjadi puas. Apabila pelanggan puas dengan dengan cara penanganan komplainnya, maka besar kemungkinan ia akan menjadi pelanggan perusahaan kembali.

setiap komplain ditangani secepat mungkin. Rentang waktu penyelesaian yang realistis diinformasikan kepada pelanggan. selain itu, setiap perkembangan atau kemajuan dalam penanganan komplainyang sedang diselesaikan senantiasa dikomunikasikan kepada pelanggan yang bersangkutan. Dalam variabel kecepatan memiliki indikator Cepat, rentang waktu peneyelesaian, perkembangan, serta kemajuan. 49

<sup>49</sup> Sentot Imam Wahjono. 2010, *ManajemenPemasaran Bank*, Graha Ilmu, Yogyakarta, hal 190

Konsep Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas kepada orang lain. Hal ini tampak dijelaskan dalam Al-qur'an surat Al-Baqarah ayat 267:



Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (dijalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu nafkahkan darinya padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji". (QS. Al-Baqarah; 267)<sup>50</sup>

<sup>&</sup>lt;sup>50</sup>Al-Qur'an dan terjemah, *Al Baqarah*: 267.

Dengan melihat surat diats, dapat diartikan bahwa sesuai dengan salah satu variabel yang dipakai peneliti untuk mengukur instrument seperti responsiveness (kecepatan) sesuai dengan ayat diatas yaitu berkenaan dengan kesediaan atau kemauan pegawai dalam memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada konsumen. Kecepatan dan ketepatan pelayanan berkenaan dengan profesionalitas. Dalam arti seorang pegawai yang profesional dirinya akan dapat memberikan pelayanan secara tepat dan cepat. Profesionalitas ini yang ditunjukkan melalui kemampuannya dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Dalam pelaksanaan suatu pekerjaan, seorang dikatakan profesional apabila dirinya bekerja sesuai dengan keahlian atau kemampuannya. Pekerjaan akan dapat dilakukan dan diselesaikan dengan baik secara cepat dan tepat apabila dilakukan oleh orang yang memiliki kemampuan sesuai dengan bidang pekerjaannya. Kepercayaan yang diberikan konsumen merupakan suatu amanat. Apabila amanat tersebut disia-siakan akan berdampak pada ketidak berhasilan dan kehancuran lembaga dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Untuk itu kepercayaan konsumen sebagai suatu amanat hendaknya tidak disia-siakan dengan memberikan pelayanan secara profesional melalui pegawai yang bekerja sesuai dengan bidangnya dan mengerjakan pekerjaannya secara cepat dan tepat, sebagaimana yang dinyatakan dalam hadis Rasulullah SAW diriwayatkan oleh Bukhari, yaitu: "apabila amanat disia-siakan, maka tunggulah kehancurannya,

berkata seseorang: bagaimana caranya menyia-nyiakan amanat ya Rasulullah? Berkata Nabi: apabila diserahkan sesuatu pekerjaan kepada yang bukan ahlinya, maka tunggulah kehancurannya".

# d. Keadilan atau Kewajaran dalam memecahkan permasalahan atau keluhan

Perusahaaan harus memperhatikan aspek kewajaran dalam hal biaya dan kinerja jangka panjang. Hasil yang diharapkan tentunya adalah situasi 'win to win', dimana pelanggan dan perusahan sama-sama diuntungkan 'fair/realistis. Sedangkan indikator dalam variabel ini meliputi Adil, tidak melihat status ekonomi, dan tidak melihat status pendidikan.

Surat An-Nahl;90

Artinya; Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) Berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran.(Qs.An-Nahl;90)<sup>51</sup>

Ayat tersebut menjelaskan tentang adil dan keadilan yaitu yang merupakan landasan ajaran Islam dan syariat agama ini.Menjaga keadilan

<sup>&</sup>lt;sup>51</sup>Al-Qur'an dan terjemah, *An-Nahl;90* 

dan menjauh dari segala perilaku baik dan buruk menyebabkan keseimbangan diri manusia dalam perilaku individu dan sosial. <sup>52</sup>Tentunya, etika Islam atau akhlak mendorong manusia berperilaku lebih dari tutunan standar atau keadilan, dalam menyikapi problema sosial dan memaafkan kesalahan orang lain. Bahkan manusia bisa melakukan lebih dari hak orang lain, yang ini semua menunjukkan kebaikan atau ihsan. Allah Swt yang memperlakukan manusia dengan landasan ihsan, mengajak manusia untuk berperilaku baik dengan orang lain di atas standar keadilan baik dalam bersosial, berbisnis dan berusaha pun.

# e. Kemudahan bagi konsumen untuk menghubungi perusahaan

Hal ini sangat penting bagi konsumen untuk menyampaikan komentar, saran, kritik, pertanyaan, maupun keluhan. Disini sangat dibutuhkan adanya metode komunikasi yang mudah dan relative tidak mahal, dimana pelanggan dapat menyampaikan keluhan kesahnya, bila perlu dan memungkinkan, perusahaan dapat menyediakan jalur atau saluran telepon khusus (hot line service) untuk menampung keluhan pelanggan atau memanfaatkan email dijaringan internet (dengan membuka site atau hompage di World Wide web). Dalam variabel ini mempunyai indikator sebagai berikut Menghubungi perusahaan dan tidak berbelit-belit. <sup>53</sup>

<sup>&</sup>lt;sup>52</sup>http://indonesian.irib.ir/islam/al-quran/item/85554-tafsir-al-quran,-surat-an-nahl-ayat-90-92,diakses pada tanggal 26 Juli 2015. Pukul 06.27 WIB

<sup>&</sup>lt;sup>53</sup> Mia, EW., 2008. "Kepuasan Bank-bank Anggota ATM Bersama atas Pelaksanaan Manajemen Komplain PT. Artajasa Pembayaran Elektronis", Skripsi, FISIP Universitas IndonesiaSubekti, DSMP.,

## Surat Al-Insyirah ayat 5

Artinya: Maka sesungguhnya beserta kesulitan itu ada kemudahan.(Qs. Al-Insyirah:5)<sup>54</sup>

Dengan adanya ayat diatas, menjelaskan bahwa diyakinkan kesukaran, kesulitan, kesempitan, marabahaya yang mengancam dan berbagai ragam pengalaman hidup yang pahit, dapat menyebabkan manusia bertambah cerdas menghadapi semuanya itu, yang dengan sendirinya menjadikan manusia itu orang yang dinamis. Tetapi ini pasti akan tercapai jika hanya Iman didada dipup<mark>uk, jang</mark>an lemah iman. Karena lemah iman akan menyebabkan kita terjatuh di tengah jalan sebelum sampai kepada akhir yang dituju, yang akan ternyata kelak bahwa kesulitan adalah kejayaan keberuntungan yang tiada taranya. Kadang-kadang pengalaman yang pahit menjadi kekayaan jiwa yang tinggi mutunya, jadi kenangan yang amat indah untuk membuat hidup lebih matang. Sehingga datang suatu waktu kita mengucapkan syukur yang setulus-tulusnya dan

2013, "Manajemen Komplain Pelanggan Dalam Rangka Peningkatan Pelayanan di RSUD Dr. Iskak Tulungagung". *Jurnal Kebijakan dan Manajemen Publik,* (online), Volume 1, no. 1 diakses pada September 2014.

<sup>&</sup>lt;sup>54</sup>Al-Qu'an dan terjemah, *Al-Insyirah:* 5

setinggi-tingginya karena Tuhan telah berkenan mendatangkan kesulitan itu kepada kita pada masa yang lampau.<sup>55</sup>

### 2. Sistem Handling Complaint yang efektif (Tjiptono,2000) yaitu:

- a. Permohonan maaf kepada pelanggan atas ketidaknyamanan yang mereka alami.
- b. Empati terhadap pelanggan yang marah.
- c. Kecepatan dalam penanganan keluhan.
- d. Kewajaran atau keadilan dalam memecahkan masalah/keluhan
- e. Dan kemudahan bagi konsumen untuk menghubungi perusahaan (via saluran telepon bebas pulsa , surat, e-mail, fax, maupun tatap muka langsung) dalam rangka menyampaikan komentar, kritik, saran, pertanyaan, atau complain. Keterlibatan langsung manajemen puncak dalam menangani *complaint* pelanggan juga sangat penting, karena bisa mengomunikasikan secara nyata komitmen perusahaan dalam memuaskan setiap pelanggan. Selain itu, para staf layanan pelanggan harus diseleksi dan dipantau secara cermat guna memastikan bahwa mereka benar-benar berorientasi pada pemuasan kebutuhan pelanggan. <sup>56</sup>

Handling Complaint membutuhkan perencanaan matang dan prosedur sistematis agar kesalahan yang sama tidak terulang dan supaya masalah yang dihadapi pelanggan bisa teratasi. Untuk itu, ada lima aspek yang perlu dicermati agar komplain bisa ditangani dan diubah menjadi peluang memuaskan pelanggan dengan lebih baik.<sup>57</sup>

Penanganan complain bukanlah pekerjaan sederhana. Kendati demikian, sejumlah riset menunjukkan bahwa bahwa ada sejumlah hal yang wajib dilakukan dan ada pula yang pantang diperbuat ( Newby & McManus ). Berikut ini adalah beberapa hal yang wajib dilakukan:

<sup>&</sup>lt;sup>55</sup><u>http://tafsir.cahcepu.com/alinsyiraah/al-insyiraah-5-8/</u>. Diakses pada tanggal 26 Juli 2015, pukul 06.27 WIB

<sup>&</sup>lt;sup>56</sup> Fandy Tjiptono, 2014, *Pemasaran Jasa*, Bayu media publishing, hal. 354-355

<sup>&</sup>lt;sup>57</sup> Lima aspek agar komplain bisa ditangani: memudahkan pelanggan untuk menyampaikan komplain, mengatasi faktor penyebab terjadinya komplain, menangani komplain secara efektif, menangani pelanggan yang marah,belajar memperbaiki standart layanan yang berksinambungan. *Pemasaran Jasa* (Yogyakarta: ANDI, 2014) hal. 471-472

- a. Berusahalah untuk merespon complain dengan cepat dan tulus
- b. Setiap karyawan yang menghadapi complain harus memperkenalkan diri dan mengambil alih tanggung jawab dalam mengatasi masalah pelangga.
- c. Tanyakan fakta-fakta yang terjadi dari sudut pandang pelanggan. Dengarkan denga seksama apa yang disampaikan. Jangan langsung bertindak sebelum mendapatkan saluran informasi dengan lengkap.
- d. Tanyakan pada pelanggan solusi yang mereka harapkan. Sebagian pelanggan menginginkan pengembalian uang, sebagian lagi menginginkan tindak lanjut. Ada pula yang sekedar menyampaikan permasalahan, keluhan, sara, atau kritik.
- e. Mengetahui kesalahan yang memeng terjadi dan minta maaflah pada pelanggan, jangan buru-buru menyalahkan departemen lain, kebijakan peruasahaan, kesalahan computer, atau faktor lain. Jangan sampai menimbulkan kesan bahwa ada konflik internal antar departemen di dalam organisasi.
- f. Gunakan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami pelanggan.
- g. Jangan memberikan janji berlebihan.
- h. Jika masalah telah berhasil diatasi, jangan lupa yakinkan kembali pelanggan dengan kualitas produk atau jasa perusahaan.
- i. Bagikan pengalamana sukses tentang *Handling Complaint* kepada staf yang lain.<sup>58</sup> Dalam kaitanya dengan complain, Denham mengidentifikasi tiga tipe pelanggan.

## 3. Tipe Pelanggan

a. Active complainers, yakni mereka yang memahami haknya, asertifm percaya diri, dan tahu persis cara menyampaikan komplain. Bila ekspetasi mereka akan pelayanan dan nilai ( value ) tidak terpenuhi, mereka akan menyampaikan komplainnya ke perusahaan yang bersangkutan. Tipe pelanggan yang semacam ini sangat berharga bagi perusahaan, karena mereka cenderung menginformasikan dan mencari solusi atas setiap complain yang mereka rasakan. Dengan demikian, perusahaan masih berpeluang untuk melakukan perbaikan dan memuaskan mereka.

<sup>58</sup> Fandy Tjiptono, Ph.D., 2014, *Pemasaran Jasa*, ANDI, Yogyakarta, hal. 471-472

- b. *Inactive Complainers*, yakni mereka yang lebih suka menyampaikan keluhan kepada orang lain ( teman, keluarga, rekan kerja ) dari pada langsung kepada perusahaan bersangkutan. Mereka cenderung langsung berganti pemasok dan tidak akan kembali lagi ke perusahaan yang mengecewakan mereka. Dengan demikian, peluang perbaikan bagi perusahaan praktis tidak ada.
- c. *Hyperactive Complainers*, yaitu mereka yang selalu complain terhadap apapun. Tipe ini bisa disebut pula chronic complainers yang kadangkala berlaku kasar dan agresif. Mereka ini hampir tidak mungkin dipuaskan karena tujuan complainnya lebih dilatar belakangi keinginan untuk mencari "untung ". <sup>59</sup>

Fakta menunjukkan bahwa kebanyakan pelanggan mengalami berbagai macam masalah, setidaknya berkaitan dengan konsumsi beberapa jenis produk, waktu penyampaian, atau layanan pelanggan. Oleh sebab itu, setiap perusahaan harus memiliki sistem *Handling Complaint* yang efektif. Sudah bukan zamannya lagi bagi perusahaan untuk bersembunyi di balik pernyataan "barang yang di beli tidak dapat dikembalikan/ ditukar ".60

#### 4. Prosedur Rumah Sakit Semen Gresik

a. Komplain yang masuk baik secara lisan maupun tertulis ditampung pemasaran dan humas.

<sup>59</sup> Fandy Tjiptono,Ph.D, 2014, *Pemasaran Jasa*, ANDI, Yogyakarta, hal. 449

<sup>&</sup>lt;sup>60</sup> Fandy Tjiptono, 2014, *Pemasaran Jasa*, Bayu Media Publishing, hal. 354-355

- b. Dokumentasikan pada buku komplain.
- c. Komplain disampaikan pada tim pemasaran
- d. Oleh tim pemasaran dibicarakan dengan unit pelayanan terkait kemudian dicari penyebab dan pemecahannya.
- e. Hasilnya disampaikan pada kepala Rumah Sakit untuk selanjutnya diambil keputusan oleh Kepala Rumah Sakit.

## 5. Kepuasan pelanggan ( Pasien )

Pada hahikatnya tujuan bisnis adalah untuk menciptakan dan mempertahankan para pelanggan. Oleh karena itu hanya dengan memahami proses dan pelanggan maka organisasi dapat menyadari dan menghargai makna kualitas. Adapun yang dilakukan manajemen tidak akan ada gunanya bila akhirnya tidak menghasilkan peningkatan kepuasan pelanggan. Gedangkan kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seserang setelah membandingkan kinerja ( atau hasil ) yang dirasakan dibandingkan dengan haeapannya. Maka dari itu salah satu peran penting yang dapat dijalankan pemasaran dalam meningkatkan kepuasan pelanggan adalah memberi pelanggan input dan umpan balik. Pemasar yang dekat dengan pelanggan dapat memberikan wawasan atas harapan pelanggan.

<sup>62</sup> Susatyo herlambang, SE., MM, 2010, *Public Relations and Customer Service*, Gosyen publishing, Yogyakarta, hal. 81

<sup>&</sup>lt;sup>61</sup> Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana, 1998, *Total Quality Managemen*, ANDI Offset, Yogyakarta, hal. 101-102

<sup>&</sup>lt;sup>63</sup> Johanes Supranto dan Handan Limakeisna, 2010, *Pemasaran Sector Public dan Organisasi Nirlaba*, Salemba empat, Jakarta, hal. 143

Kepuasan konsumen biasanya lebih menjadi kepedulian sektor jasa seperti Rumah Sakit, Hotel, Restoran, dan Bank. Padahal sector jasa juga perlu memperhatikan kepuasan pelanggan maka volume penjualan diansumsikan akan naik karena konsumen akan kembali memebi barang/ jasa yang ditawarkan sehingga bentuk brand loyality yang kuat.<sup>64</sup> Pemasar telah menemukan bahwa umumnya lebih menguntungkan konsumen yang sudah ada dari pada mengganti konsumen lama dengan konsumen yang baru.<sup>65</sup> Dengan demikian, sebuah perusahaan akan bijaksana bila mengukur kepuasan pelanggan secara teratur. Perusahaan dapat menelepon pembeli terbaru dan menyelidiki berapa banyak pelanggan yang sangat puas, puas, cukup puas, tidak puas, dan sangat tidak puas. Pesan moralnyaa: Upayakan untuk melebihi harapan pelanggan, bukan sekedar memenuhinya.<sup>66</sup> Melalui survei periodik manajer juga mendapatkan perspektif tentang bagaimana warga memandang dan mengalami pelayanan mereka.<sup>67</sup>

Kepuasan merupakan evaluasi pernabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (outcome) yang sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidak puasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan (Engel et. al). Jadi sebenarnya ada dua faktor yang sangat menentukan kepuasan, yaitu harapan pelanggan

<sup>64</sup> Budi Purwadi, 2000, Riset Pemasaran, Gramedia, Jakarta, hal. 284

<sup>&</sup>lt;sup>65</sup> J. Supranto.M. A., APU & H. Handan Limakrisna, Ir., M.M., CQM, 2011, Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran Edisi Kedua, Mitra Wacana Media, Jakarta, hal. 14

<sup>66</sup> Philip Kotler, 2002, Manajemen Pemasaran Edisi Milenium, Prenhalindo, Jakarta, hal. 57

<sup>&</sup>lt;sup>67</sup> Johanes Supranto dan Handan Limakeisna, 2010, Pemasaran Sektor Public dan Organisasi Nirlaba, Salemba empat, Jakarta, hal. 143

dan kinerja atau hasil yang mereka rasakan. <sup>68</sup> perusahaan berusaha memuaskan peanggan dengan menerapkan konsep pemasaran sebagai pembimbing usaha-usaha pemasarannya. Dalam perencanaan dan pengembangan produknya, perusahaan memulainya dengan mempertahankan kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan. <sup>69</sup>

Adapun syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar dapat sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan.<sup>70</sup> Sesuatu yang dibenci pelanggan adalah ketidakpastian.<sup>71</sup>

Hal ini tercermin dari semakin banyaknya perusahaan yang menyertakan komitmennya terhadap kepuasan pelanggan (pasien) dalam pernyataan misinya, iklan, maupun *public relations release*. Kini mulai banyak mncul aktivitas-aktivitas kaum konsumeris yang memperjuangkan hak konsumen, etika bisnis, serta kesadaran dan kecintaan akan lingkungan.<sup>72</sup>

<sup>&</sup>lt;sup>68</sup> Fandy Tjiptono, 2008, Strategi Bisnis Edisi Ketiga, ANDI, Yogyakarta,hal.37-38

<sup>&</sup>lt;sup>69</sup> Ibid. hal. 9

<sup>&</sup>lt;sup>70</sup> Effendi M. Guntur, SE, 2010, *Transformasi Manajemen Pemasaran + Membangun Citra Negara*, Sagung Seto, Jakarta, hal. 63

<sup>&</sup>lt;sup>71</sup> Timothy R.V. Foster, 2000, *101 Cara Meningkatkan Kepuasan pelanggan*, PT Alex media komputindo, Jakarta, hal.1

<sup>&</sup>lt;sup>72</sup> Fandy Tjiptono, 2008, *Strategi Pemasaran Edisi III*, ANDI OFFSET, Yogyakarta, hal. 23-25

Tabel 2.1

Gambar : Alur timbulnya kepuasan pelanggan



Jika kinerja memenuhi harapan pelanggan, maka pelanggan puas, jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan sangat puas.<sup>73</sup> Dengan itu perusahaan perlu memonitoring dan meningkatkan tingkat kepuasan pelanggannya. Makin tinggi tingkat kepuasan pelanggan, makin besar

 $<sup>^{73}</sup>$  Philip kotler dan Gary Armstrong, 1997, *Manajemen Pemasaran Jilid 1*, kosasih inkandarsyah, Jakarta, hal. 10

kemungkinan pelanggan tetap setia pada kita.<sup>74</sup> Oleh karena itu harapan pelanggan dibentuk dan dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya pengalaman, opini teman dan kerabat, serta informasi dan janji-janji perusahaan dan para pesaing. Adapun faktor-faktor lain adalah:

## 6. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pasien

## a). Kualitas produk atau jasa

Pasien akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk atau jasa dipengaruhi oleh dua hal yaitu kenyataan kualitas produk atau jasa yang sesungguhnya dan komunikasi perusahaan terutama iklan dalam mempromosikan Rumah Sakitnya.

## b). Kualitas pelayanan

Memegang peranan penting dalam industri jasa. Pelanggan dalam hal ini pasien akan merasa puas jika mereka memperoleh pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.

#### c). Faktor emosional

Pasien yang merasa bangga dan yakin bahwa orang lain kagum terhadap konsumen bila dalam hal ini pasien mimilih Rumah Sakit yang sudah mempunyai pandangan "Rumah Sakit mahal ", cenderung memiliki kepuasan yang lebih tinggi.

### d). Lokasi

<sup>&</sup>lt;sup>74</sup> Philip kotler, 2003, *Marketing Insights From A toz*, Erlangga, Jakarta, hal. 49

Meliputi letak rumah sakit, letak kamar dan lingkungannya. Merupakan salah satu aspek yang menentukan pertimbangan dalam memilih Rumah sakit. Umumnya semakin dekat Rumah Sakit dengan pusat perkotaan atau yang mudah dijangkau, mudahnya transportasi dan lingkungan yang baik akan semakin menjadi pilihan bagi pasien yang membutuhkan Rumah Sakit tersebut.

### e). Fasilitas

Kelengkapan fasilitas Rumah Sakit turut menentukan penilaian kepuasan pasien, misalnya fasilitas kesehatan baik sarana dan prasarana, tempat parkir, ruang tunggu yang nyaman dan ruang kamar rawat inap. Walaupun hal ini tidak vital menentukan penilaian kepuasan paien, namun Rumah Sakit perlu memberikan perhatian pada fasilitas Rumah Sakit dalam penyusunan strategi untuk menarik konsumen.<sup>75</sup>

## 7. Pentingnya tingkat kepuasan pelanggan

Dalam era globalisasi ini persaingan bisnis menjadi sangat tajam, baik di pasar domestik (nasional) maupun dipasar internasional/global. Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada para pelanggannya. Maka dari itu pimpinan harus merusaha melakukan pengukuran tingkat kepuasan pelanggan agar segera mengetahui atribut apa dari suatu produk yang bisa membuat pelanggan yang tidak puas.

<sup>&</sup>lt;sup>75</sup> Fandy Tjiptono, 2008, Strategi Pemasaran, ANDY, Yogyakarta, hal. 23

Pengukuran tingkat kepuasan erat hubungannya dengan mutu produk ( barang atau jasa ). Pengukuran aspek mutu bermanfaat bagi pimpinan bisnis yaitu:

- a. Mengetahui dengan baik bagaimana jalannya atau bekerjanya proses bisnis.
- b. Mengetahui di mana harus melakukan perubahan dalam upaya melakukan perbaikan secara terus-menerus untuk memuaskan pelnggan, terutama untuk hal-hal yang dianggap penting oleh para pelanggan.
- c. Menentukan apakah perubahan yang dilakukan mengarahkan ke perbaikan.<sup>76</sup>

# 8. Mengetahui, mengukur, dan memantau kepuasan pelanggan

Banyak jalan menuju Roma. Demikian pula banyak cara untuk mengidentifikasi, mengukur, atau memantau kepuasan pelanggan sesuatu perusahaan. Beberapa diantaranya adalah:

#### a. Sistem keluhan dan saran

Misalnya menyediakan kotak saran dan keluhan, kartu komentar, customer hot lines, mempekerjakan petugas mengumpulkan pendapat/keluhan pelanggan, dan lain-lain.

## b. Survei kepuasan Pelanggan

-

<sup>&</sup>lt;sup>76</sup> J. Supranto, M.A., 2001, Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan, PT RINEKA CIPTA, Jakarta, hal. 1-3

Survei bisa dilakukan dengan kuesioner dikirim lewat pos atau dibagikan pada saat pelanggan menggunakan jasa perusahaan tersebut, lewat telepon, e-mail, faks, atau dengan wawancara langsung.<sup>77</sup>

#### c. Pelanggan bayangan (penyamaran)

Pelanggan bayangan adalah menyuruh orang berpura-pura menjadi pelanggan dan melaporkan titik-titik kuat maupun titik-titik lemah yang dialami waktu membeli jasa dari lembaga pelayanan kesehatan sendiri maupun lembaga pelayanan kesehatan saingannya. Selain itu pelanggan bayangan melaporkan apakah petugas yang menangani pelayanan kepada pelanggan sudah menjalankan tugas dengan baik.

## d. Analisa pelanggan yang beralih

Sebuah lembaga pelayanan kesehatan dapat menghubungi pelanggan yang tidak memanfaatkan kembali lembaga pelayanan kesehatan yang sebelumnya telah melayani mereka atau berganti lembaga lain untuk mengetahui penyebabnya ( apakah pelayanan kurang baik, hasilnya kurang dapat diandalkan dan seterusnya) sehingga dapat diketahui tingkat kehilangan pelanggan yang ada.<sup>78</sup>

## 9. Hubungan Handling Complaint terhadap kepuasan

Kepuasan pada penanganan komplain adalah tingkat dimana konsumen merasakan kepuasan terhadap penanganan komplain yang mereka ajukan

<sup>&</sup>lt;sup>77</sup> Fandy Tjiptono,2008, *Strategi Bisnis Edisi ketiga*, ANDI, Yogyakarta, hal. 8

<sup>&</sup>lt;sup>78</sup> Susatyo Herlambang, 2010, *Public Relations and Customer Service*, Gosyen publishing, Yogyakarta, hal. 78

keperusahaan yang bersangkutan. Kepuasan pada penanganan komplain menunjukkan sepuas apakah konsumen terhadap penanganan komplain secara menyeluruh dan sejauh mana penilaian ideal pelanggan mengenai proses penanganan komplain dari perusahaan.<sup>79</sup>

Memahami pelanggan yang tidak puas dalam menangani komplain mereka secara efektif merupakan setrategi yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.<sup>80</sup> Sedangkan penanganan komplain yang baik merupakn peluang untuk mengubah seorang pelanggan yang tidak puas menjadi pelanggan yang puas.81

ketidak puasan bisa semakin besar apabila pelanggan yang komplain merasa komplainannya tidak diselesaikan dengan baik. Kondisi ini dapat menyebabkan mereka berperasangka buruk dan sakit hati. Yang terpenting bagi pelanggan adalah bahwa pihak perusahaan harus menunjukkan rasa perhatian, keprihatinan, dan penyesalan terhadap kecewanya pelanggan dan berusaha memperbaiki situasi.<sup>82</sup>

<sup>&</sup>lt;sup>79</sup> Tony wijaya, 2008, Pengaruh Kepuasan pada Penanganan Keluhan dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Konsumen Natasha Care, Jurnal Ekonomi dan bisnis (online), vol. XIV, no. 1, di akses pada juni 2015 dari http://thesis.binus.ac.id

<sup>80</sup> Fandy Tjiptono, 2008, Strategi Bisnis, ANDI, Yogyakarta, hal. 48

<sup>82</sup> Fandy Tjiptono, 1997, Prinsip-Prinsip Total Quality Service, ANDI, Yogyakarta, hal. 137-138

## C. Perspektif Islam

## 1. Nilai-nilai Islam dalam Handling Complaint

Adapun nilai-nilai islam dalam menangani complain termasuk tatakrama dalam bertingkah laku dan berbicara. Seorang pelaku bisnis muslim diharuskan untuk berperilaku dalam bisnis mereka dengan apa yang dianjurkan Al-Qur'an dan Sunnah. Perilaku yang baik mengandung kerja yang baik sangatlah dihargai dan dianggap sebagai suatu investasi bisnis yang benar-benar menguntungkan. Karena hal itu akan menjamin adanya kedamaian di dunia dan juga kesuksesan di akhirat.<sup>83</sup> " Tak kenal maka tak sayang ", demikianlah pepatah yang sering kita dengar. Untuk menciptakan kasih sayang dengan pelanggan. Sebaiknya kenal terlebih dahulu, layani pelanggan anda dengan tulus dan sepenuh hati. Sebab pembeli adalah raja.<sup>84</sup> Sedangkan memperlakukan orang lain dengan bermartabat, terhormat, dan cinta. Etika dan sistem nilai di atas menggambarkan komitmen good corporate citilize dan trust sebagai unsure esensial dalam meraih sukses perusahaan.<sup>85</sup>

Al-Qur'an secara tegas menyatakan bahwa keputusan yang tidak sehat dalam hidup ini akan mengakibatkan kerugian yang besar. Adapun macammacam berperilaku dan berbicara dalam islam :

83 Dr. Mustaq Ahmad, 2001, Etika Bisnis Dalam Islam, Pustaka Al-kautsar, Jakarta, hal. 109

<sup>&</sup>lt;sup>84</sup> Mokh. Syaiful Bakhri Abdussalam, 2012, *Sukses Berbisnis ala Rosulullah SAW*, Erlangga, Jakarta, hal. 80

<sup>85</sup> Sanerya Hendrawan, Ph.D., 2009, Spiritual Managemen, Mizan, Bandung, hal. 70-71

## a. Sopan

Sopan adalah pondasi dasar dan inti dari kebaikan tingkah laku. Sifat ini sangat dihargai dengan nilai yang tinggi, dan mencakup semua sisi hidup manusia. Banyak ayat-ayat dalam Al-Qur'an dan sabda untuk bermurah hati. Al-Qur'an mengatakan bahwa Rosulullah adalah manusia yang sangat pengasih dan murah hati. Dalam hal itu orang yang beriman dierintahkan untuk bermurah hati, sopan dan bersahabat saat melakukan interaksi dengan sesama manusia. Rosulullah telah mengategorikan bahwa orang yang beriman adalah orang yang bersahabat dengan orang lain dan orang lain bersahabat dengannya. Dalam sebuah hadits Rosulullah mengatakan, semoga Allah memberikan rahmad-nya kepada orang yang murah hati atau sopan pada saat dia menjual, membeli atau saat dia menuntut haknya. Sebagaimana Abdul Hadi katakana, apa yang diinginkan dan dimaksud dengan berkata baik adalah adanya kesungguhan dan kemauan baik pada orang lain, dan bukan hanya dengan suara lembut.86

Dalam ayat Al-qur'an surat Al-hujuraat ayat 2 yang berbunyi:

 $<sup>^{86}</sup>$  Dr. Mustaq Ahmad, 2001, Etika Bisnis Dalam Islam, Pustaka Al-kautsar, Jakarta, hal. 109-110

يَتَأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ لَا تَرْفَعُواْ أَصُواتَكُمْ فَوْقَ صَوْتِ ٱلنَّبِيِّ وَلَا تَجْهَرُواْ لَهُ مِاللَّهُمْ وَاللَّهُ عَضِ أَن تَحْبَطَ عَضِكُمْ لِبَعْضٍ أَن تَحْبَطَ أَعْمَالُكُمْ وَأَنتُمْ لَا تَشْعُرُونَ ﴿

Yang artinya: " Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu meninggikan suara kamu melebihi suara Nabi, dan janganlah kamu keraskan perkataanmu kepadanya sebagaimana sebahagiaan kamu mengeraskan ( perkataan ) kepada sebahagian yang lain, supaya ( tidak ) terhapus ( pahala ) amal-amalmu, sedang kamu tidak menyadarinya. <sup>87</sup>

#### b. Pemaaf

Demikian banyak anjuran Al-Qur'an untuk memberikan maaf. Bahkan lebih jauh dari itu Al-Qur'an menganggap kata maaf dan perkataan yang baik, lebih baik dari derma yang diikuti dengan sesuatu yang menyakitkan ( perasaan si penerima ). Dalam Al-Qur'an surat Al Baqoroh ayat 263 yang berbunyi :

87 Tim Disbintalat, 2002, *Al-Our'an dan Terjemah Indonesia*, sari agung, Jakarta, surat Al-hujurat

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

Yang artinya : perkataan yang baik dan pemberian maaf, lebih baik dari pada sedekah yang diiringi oleh sesuatu yang menyakitkan. Dan Allah Maha Kaya lagi Maha Penyayang.<sup>88</sup>

Al-Qur'an memerintahkan untuk memberikan maaf dan berlapang dada atas kesalahan yang dilakukan oleh orang lain, dan hendaknya perlakuan jelek dibalas dengan perilaku yang baik, sehingga dengan tindakan itu musuh pun akan bisa menjadi teman yang akrab.

#### c. Memberikan bantuan

Islam menginginkan para pemeluknya untuk selalu saling membantu antar mereka dan juga antar umat manusia. Pahala yang besar telah Allah janjikan bagi mereka dan juga antar manusia. Pahala yang besar telah Allah janjikan bagi mereka yang dengan ikhlas membantu meringankan orang lain. Al-Qur'an bahkan memerintahkan kaum muslimin untk mementingkan orang lain lebih daripada dirinya ketika orang lain itu membutukan, dan hendaknya berlaku moderat, memberi bantuan dan melarang dari perbuatan jahat.<sup>89</sup>

Dalam ayat Al-Qur'an surat An-nahl ayat 90 yang berbunyi:

<sup>88</sup> Tim Disbintalat, 2002, Al-Qur'an dan Terjemah Indonesia, Sari Agung, Jakarta, Surat Al-baqoroh

89 Dr. Mustaq Ahmad, 2001, Etika Bisnis Dalam Islam, Pustaka Al-kautsar, Jakarta, hal. 109-112

﴿ إِنَّ ٱللَّهَ يَأْمُرُ بِٱلْعَدُلِ وَٱلْإِحْسَنِ وَإِيتَآيِ ذِى ٱلْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ ٱلْفَحْشَآءِ وَٱلْمُنكِرِ وَٱلْبَغِي ۚ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ وَيَنْهَىٰ عَنِ ٱلْفَحْشَآءِ وَٱلْمُنكِرِ وَٱلْبَغِي ۚ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ فَي

Yang artinya: sesungguhnya Allah menyuruh berlaku adil, berbuat kebajikan, memberi ( pertolongan ) kepada kerabat dan melarang berbuat yang keji, mungkar dan zalim, dia mengajari kamu agar kamu mendapat peringatan. <sup>90</sup>

## D. Paradigma Penelitian

Paradigma penelitian adalah model berfikir yang dipakai untuk proses kesinambungan antara dua bariabel atau lebih di dalam penelitian. Untuk memudahkan pembacaan, paradigam penelitian harus dibuat dalam bentuk gambar model dengan mencantumkan rumusan pengolahan statistik untuk menggambarkan alur dan proses pelaksanaan penelitian.<sup>91</sup>

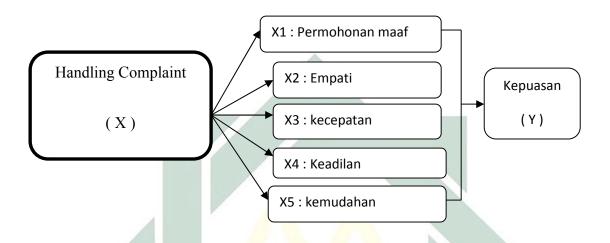
Penelitian ini terdiri atas satu variabel independen dan dependen. Hal ini dapat di gambarkan seperti gambar berikut.

90 Tim Disbintalat, 2002, *Al-Qur'an dan Terjemah Indonesia*, sari agung, Jakarta, An nahl

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

<sup>&</sup>lt;sup>91</sup> Abd. Rachman Chudori dan Aun Falestien Faletehan, Dkk, 2011, Panduan Penulisan Skripsi Jurusan Manajemen Dakwah, Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel, Surabaya, hal. 45

Gambar 2.2 Gambar paradigma variabel



# E. Hipotesis Penelitian

Menurut Sugiyono menyatakan bahwa hipotesis adalah sebagai berikut: "Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh sebab itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pernyataan". 92 Adapun hipotesis yang digunakan adalah:

1. Ha = ada pengaruh Handling Complaint terhadap kepuasan pasien di Rumah Sakit Semen Gresik.

tidak ada pengaruh antara Handling Complaint terhadap kepuasan pasien di Rumah Sakit Semen Gresik.

<sup>92</sup> Sugiyono, 2008, Metode Penelitian Bisnis, Cetakan ke-12, Alfabeta, Bandung, hal. 46