

**MANAJEMEN PELAYANAN CHANDRA DEPARTEMEN
STORE PRINGSEWU DALAM MENINGKATKAN
KEPUASAN PELANGGAN**

SKRIPSI

**RIA INDERA
NPM : 1541030184**



Jurusan : Manajemen Dakwah

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1444 H / 2022 M**

**MANAJEMEN PELAYANAN CHANDRA DEPARTEMEN
STORE PRINGSEWU DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN
PELANGGAN**

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat
Guna Mendapatkan Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Dalam Ilmu Dakwah Dan Ilmu Komunikasi

Oleh

**RIA INDERA
NPM : 1541030184**

Program Studi : Manajemen Dakwah

**Pembimbing I : Dr. Hasan Mukmin, M.A
Pembimbing II : M. Husaini, M.T**

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1444 H / 2022**

ABSTRAK

Manajemen pelayanan di Chandra Super Store, perusahaan ini adalah salah satu perusahaan Retail lokal provinsi Lampung yang bergerak dibidang retail berupa barang kebutuhan pokok dan mulai berkembang menjadi toko serba adadimana segmen pasar yang dituju adalah para tamu yang datang dengan tujuan untuk berbelanja, makan, refreshing dan lain-lain. Oleh karena itu, pelayanan yang baik, tempat yang nyaman, bersih dan aman menjadi hal utama yang dibutuhkan oleh pengunjung atau konsumen. Hal ini merupakan kewajiban pihak chandra untuk memberikan sebuah pelayanan yang begitu maksimal kepada setiap konsumennya, karena hal itulah yang akan menentukan berhasil atau tidaknya suatu usaha.

Jenis penelitian ini adalah kualitatif dan dalam mengumpulkan data menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan adalah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kegiatan yang dilaksanakan Pelaksanaan manajemen pelayanan pada Chandra store cabang Pringsewu adalah: 1) Kehandalan dalam melakukan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sudah baik. pegawai yang bekerja dengan sepenuh hati dalam melayani pelanggan. 2) Respon keluhan pelanggan ditanggapi secara maksimal. 3) Kesopanan pegawai sudah sesuai dengan aturan, sehingga pelanggan nyaman melihatnya. 4) Kemampuan berkomunikasi pegawai dalam melayani pelanggan bersikap ramah terhadap pelanggan. 5) Sarana dan prasana yang tersedia memadai. Misalnya: tempat duduk pelanggan yang sudah banyak. Dampak penerapan pelayanan pada Perusahaan yaitu sudah optimalnya dalam penanganan keluhan.

Kata Kunci : Manajemen Pelayanan, Dakwah

ABSTRACT

Service management at Chandra Super Store, this company is one of the local retail companies in Lampung province which is engaged in retail in the form of staple goods and is starting to develop into a convenience store where the target market segment is guests who come with the aim of shopping, eating, refreshing and etc. Therefore, good service, a comfortable, clean and safe place are the main things needed by visitors or consumers. It is Chandra's obligation to provide maximum service to each customer, because that will determine the success or failure of a business.

This type of research is qualitative and in collecting data using observation techniques, interviews and documentation. While the data analysis technique used is data reduction, data presentation, and drawing conclusions.

The results of this study indicate that the activities carried out in the implementation of service management at the Chandra store Pringsewu branch are: 1) Reliability in carrying out services provided to customers is good. employees who work wholeheartedly in serving customers. 2) Respond to customer complaints optimally. 3) The politeness of employees is in accordance with the rules, so that customers are comfortable seeing them. 4) The ability to communicate employees in serving customers to be friendly to customers. 5) Adequate facilities and infrastructure are available. For example: a lot of customer seating. The impact of implementing services at the Company is that it has been optimal in handling complaints.

Keywords: Service Management, Da'wah

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ria Indera
Npm :1541030184
Jurusan/prodi : Manajemen Dakwah
Fakultas : Dakwah Dan Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“MANAJEMEN PELAYANAN CHANDRA DEPARTEMEN STORE PRINGSEWU DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN”** adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusunan sendiri, bukan duflikasi ataupun saluran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah di rujuk dan di sebut dalam *Foonote* atau daftar pustaka. Apabila dilain waktu di buktikan adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat di maklumi.

Bandar lampung 13 Desember 2022

Penulis



Ria Indera
1541030184

MOTTO

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ
وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

“Dan Hendaklah Ada Di antara Kamu Segolongan Orang yang Menyeru Kepada Kebajikan, Menyuruh (berbuat) Makruf, Dan Mencegah Dari Yang Munkar. Dan Mereka Itulah Orang-Orang Yang Beruntung” (Surat Ali-Imron 104)



PERSEMBAHAN

Bismillahirrohmanirohim

Teriring do'a dan ucapan rasa syukur yang teramat dalam karya sederhana namun penuh dengan perjuwangan, dengan penuh kerendahan hati dan ucapan rasa terimakasih yang tulus dari dalam hati, skripsi ini persembahkan kepada :

1. Pertama untuk kedua orang tuaku tercinta, yang senantiasa membimbing sampai aku dewasa dan selalu mendokan dan mendukung di setiap langkah dan perjuangku untuk menuju kesuksesan yaitu Bapak M. Japri dan Ibu Sri Hidayah.
2. Kakak tercinta, yang selalu memberikan motivasi dalam kesuksesan dan memberi dukungan yaitu Yestika
3. Terimakasih kepada seluruh keluarga besar yang saya sayangi dan cintai yang telah mendukung saya dan memotivasi saya.
4. Terimakasih kepada sahabatku di kelas Manajemen dakwah, Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi yang telah memberikan motivasi.
5. Terimakasih kepada ibu/bapak dosen yang telah memberikan ilmu saat saya menumpuh pendidikan di UIN Raden Intan Lampung.

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama Ria Indera di lahirkan di Baturaja, Kab. Pesisir Barat , pada Tanggal 1 Agustus 1997, merupakan anak kedua dari 2 (dua) saudara, 1 perempuan dan 1 laki-laki dari pasangan Bapak M. Japri dan Ibu Sri Hidayah. Penulis sendiri menempuh pendidikan formal dari jenjang : SDN 1 Baturaja dan lulus pada tahun 2009, kemudian penulis melanjutkan pendidikan di SMPN 3 Kota Karang dan lulus pada tahun 2012, dan penulis Melanjutkan lagi pendidikan di SMK Negeri 1 Pesisir Tengah dan lulus pada tahun 2015.

Pada tahun 2015 penulis melanjutkan pendidikannya di sebuah perguruan tinggi di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung , Di terima sebagai Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi, Jurusan Manajemen Dakwah.



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT. Yang telah melimpahkan rahmat, serta hidayah-Nya penulis bisa menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul: **“Manajemen Pelayanan Chandra Departemen Store Pringsewu Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan”** sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana Sosial pada Program Studi Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Penulis menyadari sepenuh bahwa penulisan skripsi ini tidak lepas bantuan, bimbingan, motivasi, saran dan kritik yang di berikan semua pihak, akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan. Maka kesempatan kali penulis mengucapkan terimakasih sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak, Prof. H. Wan Jamaluddin Z, M.ag., Ph.D selaku Rektor UIN Raden Intan Lampung.
2. Bapak, Dr. Abdul Syukur, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Syari'ah.
3. Bapak, Dr. Hasan Mukmin, M.A, selaku pembimbing I, dan Bapak MM. Husaini, M.T selaku pebimbing II.
4. Ibu, Dr. Yunidar Cut Mutia Yanti, M.Sos.I, selaku ketua jurusan Manajemen Dakwah Dan Bapak Badaruddin, M.Ag Selaku Sekertaris Jurusan Manajemen Dakwah.
5. Dosen-dosen Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi dan segenap civitas Akademik UIN Raden Intan Lampung.
6. Kepala Perpustakaan UIN Raden Intan Lampung dan pengelola perpustakaan yang telah memberikan informasi , dan refrensi dan lain-lain.
7. Ayah tercinta M. Japri dan Ibu tercinta Sri Hidayah, dan kakak-kakak tercinta.
8. Keluarga Besar, Paman, Bibik, Nenek dan Sepupu tercinta.
9. Sahabat dan teman-teman terbaik ku yang telah banyak memberikan masukan dan memotivasi dalam pengerjaan skripsi ini maupun perkuliahan.
10. Semua Pihak Yang Ikut Berjasa Dalam Penyusunan Skripsi Ini Yang Belum Bisa Penulis Sebut Satu Persatu.

11. Almamater Tercinta UIN Raden Intan Lampung.

Semoga bimbingan dan segala bantuan serta perhatian yang telah di berikan mendapatkan amal ibadah disisi Allah SWT. Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, bila ada saran dan kritik membangun akan penulis terima, mudah mudahan skripsi ini dapat bermanfaat bagi bagi penulis dan masyarakat umumnya. Amin ya Robbal alamin.

Bandar Lampung, 13 Desember 2022

Penulis

Ria Indera

Npm: 1541030184



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
SURAT PERNYATAAN	iv
PERSETUJUAN	v
LEMBAR PENGESAHAN	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
RIWAYAT HIDUP	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii

BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul.....	1
B. Latar Belakang Masalah	2
C. Fokus dan Subfokus Penelitian.....	6
D. Rumusan Masalah.....	6
E. Tujuan Penelitian	6
F. Manfaat Penelitian	7
G. Kajian Terdahulu yang Relevan	7
H. Metode Penelitian	9
I. Sistematika Pembahasan.....	14

BAB II MANAJEMEN PELAYANAN DAN KEPUASAN KONSUMEN

A. Manajemen	17
1. Pengertian Manajemen	17
2. Unsur-unsur Manajemen	21
3. Fungsi Manajemen	25
B. Pelayanan.....	29
1. Pengertian Pelayanan.....	29
2. Prinsip Pelayanan	30
3. Standar Pelayanan	30
4. Tujuan Pelayanan	34
5. Kualitas Pelayanan.....	35
C. Kepuasan Konsumen	36
1. Pengertian Kepuasan Konsumen	36

2. Karakteristik Kepuasan Konsumen.....	39
3. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen	40
4. Indikator Kepuasan Konsumen.....	40
5. Cara Mengukur Kepuasan Konsumen	41

BAB III DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

A. Gambaran Umum Chandra Departemen Store	45
1. Letak Geografis Chandra Departemen Store.....	45
2. Sejarah Singkat Perusahaan	45
3. Visi dan Misi Perusahaan.....	49
4. Struktur Organisasi.....	49
B. Pelaksanaan Manajemen Pelayanan Chandra Superstore Cabang Pringsewu	53

BAB IV ANALISA DATA

A. Analisis Pelaksanaan Manajemen Pelayanan Pada	61
1. Reability (Kehandalan).....	61
2. Responsiveness (Daya Tanggap).....	62
3. Assurance (Jaminan)	62
4. Emphaty (kepedulian)	63
5. Tangible (Bukti fisik)	63
B. Analisis Dampak Penerapan Manajemen Pelayanan Pada	65

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	69
B. Saran	69

DAFTAR PUSTAKA LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Judul skripsi ini **Manajemen Karyawan Dalam Pelayanan Konsumen Di Chandra Departemen Store Pringsewu Kabupaten Pringsewu** untuk menghindari dari kesalah pahaman dan salah pengertian terhadap judul skripsi ini. Diantaranya sebagai berikut.

Manajemen berasal dari kata *to manage* yang artinya mengatur. Pengaturan dilakukan melalui proses dan diatur berdasarkan urutan dari fungsi- fungsi manajemen itu. Jadi, manajemen itu merupakan suatu proses untuk mewujudkan tujuan yang diinginkan. Manajemen dibutuhkan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya, baik oleh pribadi maupun organisasi. Manajemen dengan kata kerja *to manage*, diartikan secara umum sebagai mengurus.¹ Manajemen selalu dapat dan sangat penting untuk mengatur semua kegiatan dalam rumah tangga, sekolah, koperasi, yayasan-yayasan, pemerintah dan lain sebagainya. Dengan manajemen yang baik maka pembinaan kerja sama akan serasi dan harmonis, saling menghormati dan mencintai sehingga tujuan optimal akan tercapai. Begitu pentingnya peranan manajemen dalam kehidupan manusia mengharuskan kita mempelajari, menghayati, dan menerapkannya demi hari esok yang lebih baik dan rumah tangga yang sakinah²

¹ M. Karabet Wijaya Kusuma dan Ismail Yusanto, *Pengantar Manajemen Syara, Khairul Bayan* (Jakarta:2003)., 13

²Malayu S.P. Hasibuan. *Manajemen Dasar, pengertian, dan Masalah* (Jakarta: Bumi Aksara, 2009).,1-2

Karyawan adalah pegawai, pekerja, orang yang bekerja pada suatu lembaga (kantor, perusahaan, dsb) dengan mendapat gaji/upah.³

Pelayanan merupakan salah satu hal yang terpenting dalam memasarkan produk, dimana pelayanan yang baik akan menimbulkan perasaan puas bagi konsumennya. Pelayanan yang dimaksud itu adalah kegiatan yang dilaksanakan atau diselenggarakan oleh organisasi yang menyangkut kepentingan dari pihak konsumen yang akan menimbulkan kesan tersendiri. Menurut kamus besar bahasa Indonesia pengertian pelayanan adalah membantu menyiapkan (mengurus) apa yang diperlukan seseorang. Sedangkan pengertian pelayanan usaha melayani kebutuhan orang lain. Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau program kepada konsumen, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki.

Konsumen Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah pemakai barang hasil produksi⁴

B. Latar Belakang Masalah

Chandra Super Store adalah salah satu perusahaan Retail lokal provinsi Lampung yang bergerak dibidang retail berupa barang kebutuhan pokok dan mulai berkembang menjadi toko serba adadimana segmen pasar yang dituju adalah para tamu yang datang dengan tujuan untuk berbelanja, makan, refreshing dan

³Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa Edisi Keempat*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2011), h. 1470.

⁴Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Ke Tiga*, h. 590

lain-lain. Oleh karena itu, pelayanan yang baik, tempat yang nyaman, bersih dan aman menjadi hal utama yang dibutuhkan oleh pengunjung atau konsumen⁵ Hal ini merupakan kewajiban pihak chandra untuk memberikan sebuah pelayanan yang begitu maksimal kepada setiap konsumennya, karena hal itulah yang akan menentukan berhasil atau tidaknya suatu usaha.

Setiap konsumen pasti menginginkan yang terbaik dalam setiap jasa yang ia beli karena itu adalah hak yang pantas mereka dapatkan. Setiap konsumen berhak atas kenyamanan, keamanan, informasi yang benar dan jujur serta perlakuan atau pelayanan secara benar atas apa yang ia beli. Bahkan konsumen yang tidak puas tentu saja tidak mengulangi atau tidak memilih kembali lagi jasa akomodasi yang sama.⁶ Setiap perusahaan jasa wajib merencanakan, mengorganisasikan dan mengendalikan sistem kualitas pelayanan sebaik mungkin, sehingga pelayanan dapat memuaskan para pelanggan/konsumennya. Perusahaan yang mampu bersaing dalam pasar adalah perusahaan yang dapat menyediakan produk atau jasa berkualitas. Sehingga perusahaan dituntut untuk terus melakukan perbaikan terutama pada kualitas pelayanannya. Kualitas pelayanan yang dimaksud adalah pelayanan yang didukung sarana dan fasilitas yang baik, serta memiliki kelengkapan yang baik guna mempercepat pelayanan. Hal ini dimaksudkan agar seluruh barang atau jasa ditawarkan akan mendapat tempat yang baik di mata konsumen dan calon konsumen. Itu artinya konsumen merasa puas ketika menggunakan pelayanan. Kepuasan

⁵ Johan Arifin, *Fikih Perlindungan Konsumen*, (Semarang: Rasail, 2007), 133

⁶ Rambat Lupiyadi, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Salemba: Jakarta, 2008), 6

konsumen merupakan penilaian setiap konsumen dengan membandingkan antara kondisi yang ada dengan kondisi yang diharapkan. Jika produk atau jasa yang diberikan oleh perusahaan sesuai dengan ekspektasi konsumen maka konsumen akan merasa puas. Setelah konsumen merasa puas atas pelayanan yang telah diberikan, maka konsumen akan membandingkan dengan pelayanan lainnya. Apabila konsumen merasa benar-benar puas, mereka akan kembali lagi dan merekomendasikan kepada orang lain.

Dunia bisnis dalam era globalisasi seperti yang tengah terjadi sekarang ini berada dalam situasi yang serba tidak menentu dan sulit sekali untuk diprediksi dalam menghadapi tantangan. Secara internal, organisasi menghadapi masalah produktivitas, mutu, biaya, waktu, pelayanan, keselamatan, lingkungan dan perilaku pekerja yang semakin hari semakin berat. Sementara secara eksternal, organisasi mendapat tekanan dari berbagai penjuror antara lain dari pelanggan, pemasok, kompetitor, lembaga swadaya masyarakat, pemerintah dan berbagai macam perubahan yang tidak terduga. Untuk menghadapi kompleksitas dan intensitas tantangan yang semakin berat, pimpinan perusahaan atau organisasi dituntut berfikir kreatif untuk menemukan berbagai terobosan strategi yang mampu menciptakan sinergi yang memberikan kontribusi optimal bagi pencapaian tujuan organisasi. Untuk itulah perusahaan-perusahaan dituntut untuk dapat menerapkan suatu kebijakan-kebijakan yang strategis menyangkut pelayanan guna mengantisipasi adanya iklim persaingan yang semakin kompetitif. Salah satu unsur terpenting didalam suatu organisasi adalah keunggulan pelayanan yang dimilikinya. Keunggulan pelayanan didalam suatu

organisasi atau perusahaan, setidaknya dapat menjadi keberhasilan suatu perusahaan dalam menghadapi segala tantangan dan ancaman yang akan menghambat laju perkembangan perusahaan dimasa yang akan datang. Kualitas pelayanan karyawan terhadap kepuasan pelanggan dapat memberikan kontribusi kepada perusahaan dalam meningkatkan pendapatan jangka panjangnya adalah pada sejauh mana kemampuan perusahaan atau organisasi melayani atau memberi pelayanan secara maksimal kepada para pelanggannya secara sistematis dan terprogram yang tidak melanggar nilai-nilai etika dalam sebuah bisnis. Pada industri atau bisnis yang berorientasi pada pelanggan, maka tidak dapat dihindari bahwa kualitas pelayanan menjadi satu-satunya faktor penentu dari eksistensi perusahaan atau industri tersebut dalam terlibat di industri atau bisnis yang penuh dengan persaingan, karena jika kualitas pelayanan tidak diperhatikan, maka konsekuensinya pelanggan akan berpindah kepada industri atau bisnis lain yang sejenis yang lebih memberikan pelayanan yang memuaskan bagi pelanggannya. Persaingan dalam dunia usaha merupakan hal yang lumrah, khususnya dalam usaha yang sejenis, hal itu bertujuan untuk memperoleh pangsa pasar, sehingga usaha tersebut akan memperoleh keuntungan. Kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah memberi nilai dan kepuasan kepada setiap pelanggan melalui penyampaian produk yang berkualitas dengan harga pesaing. Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan kepuasan para pelanggan yang berawal dari memunculkan rasa ketertarikan atau minat untuk membeli barang yang diperjualbelikan.

Berdasarkan latar belakang atau permasalahan di atas, skripsi ini yang berjudul “**Manajemen Karyawan Dalam Pelayanan Konsumen Di Chandra Departemen Store Pringsewu Kabupaten Pringsewu**” Oleh karena itu, penulis mengadakan penelitian sekaligus menganalisis, mengkaji, serta membahasnya lebih jauh lagi untuk menjelaskan masalah tersebut.

C. Fokus dan Sub-Fokus Penelitian

Untuk membatasi studi secara efektif dan menyaring informasi bahwa penelitian ini akan terfokus pada Bagaimana pelaksanaan manajemen karyawan dalam pelayanan.

Adapun sub fokus dari penelitian ini adalah mengadakan penelitian di Chandra Departement store Kabupaten Pringsewu dan hal – hal yang berkaitan dengan pelaksanaan kegiatan manajemen karyawan dalam pelayanan.

D. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pelaksanaan manajemen karyawan dalam pelayanan di Chandra Departement store Kabupaten Pringsewu ?
2. Apa faktor pendukung dan penghambat dalam peningkatan manajemen karyawan dalam pelayanan di Chandra Departement store Kabupaten Pringsewu.

E. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan pokok masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pelaksanaan manajemen karyawan dalam pelayanan di Chandra Departement store Kabupaten Pringsewu.
3. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat dalam upaya meningkatkan manajemen karyawan dalam pelayanan di Chandra Departement store Kabupaten Pringsewu.

F. Manfaat Penelitian

Sedangkan manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara teoritis

Secara teoretis Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi karyawan dalam memberikan pelayanan yang baik demimemberikan kesan puas terhadap pelanggan

2. Secara praktis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi atau pembanding bagi peneliti berikutnya yang relevan dengan penelitian ini.

G. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Untuk penyusunan karya ilmiah ini, Penulis membaca beberapa skripsi untuk mendalami materi dan menentukan poin perbedaan hasil karya penulis dengan karya tulis yang lain. Adapun setelah Penulis mengaku kajian kepustakaan, Penulis tidak menemukan judul yang sama. Namun ada beberapa peneliti yang hampir sama diantaranya :

Pertama, Diah Rahayu, NMP: 1341030016, dengan judul skripsi “ Manajemen Pelayanan Publik Pada Kantor Urusan Agama Kecamatan Padang Cermin Kabupaten Pesawaran”. Pembahasan yang Diah Rahayu berbeda dengan pembahasan yang penulis buat, yaitu membahas tentang implementasi manajemen pelayanan public Kantor Urusan Agama (KUA) pada calon pengantin. Dimana pelayanan publik yang dimaksudkan ialah pelayanan publik yang mengarah tentang agama dimana pengguna pelayanan publik ini ialah masyarakat yang hendak mengurus tentang pernikahan dan juga mengurus tentang keperluan yang menyangkut tentang nilai-nilai rumah tangga. Sedangkan skripsi yang Penulis buat memuat kajian tentang manajemen pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Disini dapat dilihat perbandingannya yaitu Penulis lebih mengarah kepada bagaimana cara pihak Hotel Omah Akas Syariah memberikan pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Kedua, Muhammad Handika Saputra, NPM: 1441030135, Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, pada tahun 2018 dengan judul “Implementasi Fungsi Manajemen Dalam Pelayanan Calon Jama’ah Haji Di Kementerian Agama Kabupaten Lampung Barat Periode 2017”. Skripsi ini menjelaskan penerapan fungsi manajemen dalam pelayanan calon jama’ah haji diantaranya yaitu fungsi perencanaan, fungsi pengorganisasian, fungsi penggerak, fungsi pengawasan di Kementerian Agama Kabupaten Lampung Barat oleh seksi penyelenggara Haji dan Umroh. Dan perbedaan dengan skripsi yang penulis fokuskan adalah penulis membahas tentang manajemen pelayanannya terhadap kepuasan konsumen di Hotel

Syariah Omah Akas Bandar Lampung, persamaan skripsi Muhammad Handika Saputra dengan Penulis yaitu pada pembahasan fungsi manajemen.

Ketiga, Ragil Purnomo, NPM: 11240122, Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, pada tahun 2015 dengan judul “manajemen pelayanan calon jamaah haji (Studi Kasus Panitia Penyelenggara Ibadah Haji Embarkasi Solo Tahun 2015)”. Skripsi ini menjelaskan tentang manajemen pelayanan yang telah diberikan oleh panitia penyelenggara ibadah haji di solo.

Dan perbedaan skripsi dengan Penulis ialah beda jauh karena penulis memfokuskan pelayanan kepada konsumen di Chandra Departement Store, jadi jelas berbeda dengan skripsi Ragil Purnomo. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah samasama meneliti tentang manajemen pelayanan namun peneliti lebih meneliti pada manajemen pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Chandra Departement Store sedangkan penelitian terdahulu meneliti manajemen pelayanan kepada calon jamaah haji dan fungsi manajemen dalam pelayanan jamaah haji, sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah pada peneliti ini membahas tentang bagaimana Manajemen pelayanan terhadap kepuasan konsumen untuk menginap di hotel syariah Omah Akas.

H. Metode Penelitian

Metode penelitian yaitu tata cara bagaimana suatu penelitian itu dilaksanakan.⁷ Untuk mendapatkan

⁷Susiadi AS, *Metodologi Penelitian*, (Lampung : LP2M IAIN Raden Intan Lampung, 2015), 21

data dan informasi dalam penulisan skripsi ini maka dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Jenis penelitian pada penelitian ini yaitu penelitian yang melihat fenomena lapangan yang terjadi. Berikut adalah beberapa hal mengenai metode yang akan penulis lakukan dalam melaksanakan penelitian:

1. Jenis dan Sifat

a. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian lapangan (*field research*) atau dengan cara mencari data secara langsung kelapangan dengan melihat lebih dekat objek yang akan diteliti.⁸ Chandra Departement Store adalah objek dalam penelitian ini untuk mendapatkan data.

b. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat *deskriptif analisis* yakni penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis mengenai subjek yang diteliti.⁹ *Deskriptif* yaitu metode yang bertumpu kepada pencarian fakta-fakta dengan interpretasi yang tepat sehingga gambaran dan pembahasan menjadi jelas. Sedangkan analisis adalah cara untuk menguraikan dan menganalisis data dengan cermat, tepat, dan terarah.

⁸ Susiadi, "*Metodologi Penelitian*", (Bandar Lampung, pusat penelitian dan penerbitan LP2M IAIN Raden Intan Lampung, 2015), 10.

⁹ M. Nasir "*Metode Penelitian*" (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1998), 63.

2. Sumber Data Penelitian 1

- a. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian perorangan, kelompok, dan organisasi.¹⁰
- b. Data Sekunder merupakan data yang diperoleh dengan cara membaca,

Menelaah dan mencatat sebagai bahan yang sesuai dengan pokok pembahasan dengan judul yang akan diteliti. Kemudian, akan dituangkan kedalam kerangka pemikiran yang teoritis. Data sekunder menurut Abdulrahman fathoni adalah data yang sudah jadi, biasanya telah tersusun dalam bentuk dokumen, misalnya mengenai data demografis suatu daerah dan sebagainya. Data tersebut merupakan data obyektif yang ada di lapangan dan tentunya sangat penting untuk menunjang hasil penelitian¹¹ Penulis akan mengumpulkan bahan serta dokumen resmi yang akan diteliti.

3. Populasi dan Sampel 1

- a. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya.¹²

¹⁰Rosady Ruslan, *“Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi”*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), 29.

¹¹ Abdulrahman Fathoni, *“Metodologi Penelitian dan teknik penyusunan skripsi”*, (Jakarta: Rineka Cipta), 38.

¹² Sugiono, *“Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)”*, (CV, Alfabeta cet. Ke-7 april 2009), 117.

- b. Sampel adalah”sebagian atau wakil populasi yang akan diteliti. Bila populasi nya besar maka peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi dikarenakan keterbatasan waktu, dana dan tenaga. Maka, peneliti mengambil sampel dengan menggunakan tehnik *purposive sampling* yaitu mengambil sampel yang ditujukan kepada responden yang dikehendaki dan dianggap mewakili serta dapat memberikan keterangan yang mengarah sehingga memperoleh data yang faktual.¹³

4. Tehnik Pengumpulan Data 1

Tehnik”pengumpulan data adalah tehnik yang paling penting dalam penelitian, karena tujuan penelitian adalah untuk mengumpulkan sebuah data.¹⁴ Adapun dalam penelitian ini akan menggunakan beberapa metode, yaitu:

a. Observasi 1

Metode”observasi adalah metode pengumpulan data dengan melakukan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala atau fenomena yang ada pada objek penelitian. Pengumpulan data dengan observasi langsung atau dengan menggunakan mata tanpa ada pertolongan alat standar lain untuk keperluan penelitian”tersebut.

¹³ Suharsimi Arikunto, “*Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktek*”, Edisi Revisi V, (Jakarta: Renika Cipta, 2002), 109.

¹⁴*Ibid.*, 224.

b. Wawancara 1

Wawancara”digunakansebagai tehnik pengumpulan data apabila peneliti melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti. Untuk memperoleh keterangan informasi terkait dengan penelitian yang akan diteliti, peneliti menggunakan cara Tanya jawab dan bertatap muka dengan penjawab (responden). Untuk mendapatkan informasi yang lengkap mengenai jumlah narapidana yang di bebaskan dan apakah ada narapidana yang telah di bebaskan dan melakukan tindak kriminal kembali hingga harus di masukkan kedalam tahanan kembali.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan tehnik pengumpulan data yang tersimpan dalam bentuk tulisan, gambar, karya-karya monumental dari seseorang. Hasil penelitian observasi dan wawancara akan lebih lengkap bila didukung oleh dokumentasi yang menghimpun data tentang situasi atau permasalahan yang akan diteliti.

3. Metode Pengolahan Data 1

Setelah”semua sumber data diatas terkumpul maka langkah selanjutnya adalah pengolahan data yang diproses sesuai dengan kode etik penelitian dengan langkah-langkah sebagai”berikut: 1

- a. Pemeriksaan data (*editing*) yaitu mengoreksi apakah data yang terkumpul sudah cukup lengkap, sudah benar dan sudah sesuai/relevan dengan

masalah, tidak berlebihan, jelas dan tanpa kesalahan.

- b. Sistematis data (*sistematising*) yaitu menempatkan data menurut kerangka sistematika bahasan berdasarkan urutan masalah.¹⁵

4. Analisa Masalah

Setelah keseluruhan data dikumpulkan, maka langkah selanjutnya adalah penulis menganalisis data tersebut agar dapat ditarik kesimpulan. Metode analisa data yang dilakukan yaitu secara *Kualitatif* yaitu upaya-upaya sistematis dalam penelitian yang bersifat pemaparan dan bertujuan untuk memperoleh gambaran yang lengkap tentang keadaan hukum yang berlaku ditempat yang terjadi dalam masyarakat termasuk didalamnya adalah kaidah dan tehnik untuk memuaskan keingintahuan penelitian pada suatu yuridis atau cara untuk mencari kebenaran dan memperoleh”pengetahuan.

I. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah di dalam penulisan skripsi, maka penulis menggunakan sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, bab ini berisikan Penegasan Judul, latar belakang masalah, Identifikasi dan Batasan Masalah, Fokus dan Sub-Fokus Penelitian, rumusan masalah, tujuandan manfaat penelitian, Kajian Terdahulu yang Relevan, metode penelitian, dan sistematika Pembahasan.

¹⁵ Abdul Kadir Muhammad, *Hukum dan Penelitian Hukum* (Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2004), h.131

Bab II Pada bab ini diuraikan kajian teoritis mengenai teori-teori yang menjadi landasandalam kerangka pemikiran dalam penelitian ini tentang manajemen pelayanan bab ini berisi tentang pengertian manajemen konsep manajemen, manajemen sumber daya manusia, kualitas pelayanan karyawan, dimensi kualitas pelayanan/jasa, kepuasan pelanggan.

Bab III Bab ini Gambaran umum Chandra Departement Store Kabupaten Pringsewu, sejarah berdirinya, visi-misi, struktur organisasi, fasilitas, Persentase data konsumen di chandra departement store tahun 2021-2022, poin kedua yaitu manajemen pelayanan di chandra departemen store, manajemen pelayanan, prinsip pelayanan, cara mengukur kepuasan konsumen, kepuasan konsumen terhadap pelayanan,

Bab IV Analisis manajemen pelayanan di Chandra Departemen Store Kabupaten Pringsewu, analisis cara mengukur kepuasan konsumen, analisis kepuasan kosumen terhadap pelayanan.

Bab V Penutup, memuat: kesimpulan, saran-saran dan kata penutup.

BAB II

MANAJEMEN PELAYANAN DAN KEPUASAN KONSUMEN

A. Manajemen

1. Pengertian Manajemen

Manajemen bersal dari kata “Manage” yang berarti mengganti, menguasai, mengatur, menyelesaikan sesuatu. Manajemen adalah setiap kerja sama dua orang atau lebih dalam rangka mencapai tujuan bersama dengan cara efektif dan efisien. Menurut Ricky W. Griffin manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengkoordinasian, dan pengontrolan sumber daya untuk mencapai sasaran (goals) secara efektif dan efisien. Dalam berbagai literatur, manajemen mengandung tiga pengertian, yaitu manajemen sebagai suatu proses, manajemen sebagai kolektivitas orang-orang yang melakukan aktivitas manajemen, serta manajemen sebagai suatu seni (art) dan sebagai suatu ilmu pengetahuan (science).

Kata manajemen berasal dari Bahasa Italia *maneggiare* yang berarti ‘mengendalikan’ terutama dalam konteks mengendalikan kuda, yang berasal dari bahasa latin *manus* yang berarti ‘tangan’. Selain itu manajemen berasal dari kata Bahasa Inggris “manage” atau “to manage” yang berarti mengatur. Bahasa Prancis mengadopsi kata ini dari bahasa Inggris menjadi *ménagement* yang memiliki arti seni melaksanakan dan mengatur.

Sedangkan dalam bahasa Arab, istilah manajemen disebut dengan *idarah*, diambil dari kata

adartasy syari'ah atau perkataan 'adarta bihi. Dalam Al-Qur'an hanya ada kata tadbir yang merupakan bentuk masdar dari kata kerja *دَبَّرَ-يَدْبُرُ-تَدْبِيرًا*. Tadbir berarti penertiban, pengaturan, pengerusan, perencanaan, dan persiapan. Pengertian manajemen dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah pengelolaan sumber daya secara efektif untuk mencapai sasaran yang telah ditentukan dan pemimpin bertanggung jawab atas jalannya perusahaan dan organisasi.

Untuk mengetahui pengertian manajemen, beberapa ahli telah mengemukakan pendapat mereka tentang definisi manajemen dari sudut pandang yang berbeda untuk membantu dalam memahami konsep dasar manajemen. Menurut Malayu S.P. Hasibuan manajemen adalah ilmu dan seni mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai suatu tujuan tertentu.

Menurut G.R. Terry, manajemen adalah suatu proses yang khas yang terdiri dari tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran-sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya. Dalam buku lainnya, George. R. Terry menyatakan, manajemen adalah mencakup kegiatan untuk mencapai tujuan, dilakukan oleh individu-individu yang menyumbangkan upayanya yang terbaik melalui tindakan-tindakan yang telah ditetapkan sebelumnya. Hal tersebut meliputi pengetahuan tentang apa yang harus mereka lakukan, menetapkan cara bagaimana melakukannya, memahami bagaimana mereka harus

melakukannya dan mengukur efektivitas dari usahausaha mereka.

Gibson, Donelly dan Ivancevich, manajemen sebagai proses yang dilakukan oleh satu atau lebih individu untuk mengkoordinasikan berbagai aktivitas lain untuk mencapai hasil yang tidak bisa dicapai apabila satu individu bertindak sendiri. Sedangkan menurut Soekarno manajemen adalah proses memimpin, membimbing, dan memberikan fasilitas dari usaha orang-orang yang terorganisir formal guna mencapai suatu tujuan yang telah ditetapkan. Selain itu dijelaskan juga tentang manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengawasan.

Berdasarkan beberapa pendapat yang dikemukakan oleh para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa manajemen adalah suatu proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan yang dilakukan untuk mencapai sasaran dan tujuan bersama secara efektif dan efisien melalui pemanfaatan sumber daya yang ada seperti sumber daya manusia dan sumber daya-sumber daya lainnya. Dalam perspektif lebih luas, manajemen adalah suatu proses pengaturan dan pemanfaatan sumber daya yang dimiliki organisasi melalui kerjasama para anggota untuk mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien. Manajemen merupakan suatu ilmu dan juga suatu seni. Sebagai suatu ilmu, manajemen harus memiliki landasan keilmuan yang kokoh. Sebagai seni, maka manajemen dipraktekkan berdasarkan keterampilan yang diterapkan untuk mencapai hasil yang diinginkan. Dari batasan-batasan tersebut, dapat dikatakan bahwa manajemen adalah ilmu dan seni yang mempelajari bagaimana mengelola manusia melalui orang lain.

Dalam sudut pandang Islam manajemen diistilahkan dengan menggunakan kata at-tadbir(pengaturan). Kata ini merupakan derivasi dari kata dabbara (mengatur) yang banyak terdapat di dalam Al-Qur'an seperti firman Allah SWT :

يُدَبِّرُ الْأَمْرَ مِنَ السَّمَاءِ إِلَى الْأَرْضِ ثُمَّ يَعْرُجُ إِلَيْهِ فِي يَوْمٍ كَانَ مِقْدَارُهُ
أَلْفَ سَنَةٍ مِّمَّا تَعُدُّونَ ﴿٥﴾

Artinya: Dia mengatur urusan dari langit dan bumi, kemudian urusan itu naik kepada-Nya dalam satu hari yang kadarnya adalah seribu tahun menurut perhitungamu.”(QS. As-Sajdah [32]:5)

Manajemen syariah adalah suatu pengelolaan untuk memperoleh hasil optimal yang bermuara pada pencarian keridhaan Allah. Langkah yang di ambil dalam menjalankan manajemen tersebut harus berdasarkan aturan-aturan Allah yang tertuang dalam Al Quran, Hadist dan beberapa contoh yang dilakukan oleh para sahabat. Istilah manajemen atau idarah adalah suatu keadaan timbal balik, berusaha menaati peraturan yang telah ada. Idarah dalam pengertian umum adalah segala usaha, tindakan dan kegiatan manusia yang berhubungan dengan perencanaan dan pengendalian segala sesuatu secara tepat guna.

Dalam pandangan Islam segala sesuatu harus dikerjakan secara baik, teratur dan benar sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan agar tercipta keteraturan dan kedisiplinan. Suatu pekerjaan tidak bisa dikerjakan secara sembarangan. Seperti yang disabdakan oleh Rasulullah SAW berikut:

إِنَّ اللَّهَ عَزَّ وَجَلَّ يُحِبُّ إِذَا عَمِلَ أَحَدُكُمْ عَمَلًا أَنْ يُتَّقِنَهُ (رواه الطبران)

Artinya: “Sesungguhnya Allah sangat mencintai orang yang jika melakukan sesuatu pekerjaan, dilakukan secara Itqan (tepat, terarah, jelas dan tuntas)” (HR. At-Thabrani).

Menurut Didin Hafifudin kata itqaan berarti dikerjakan secara teratur, sesuai dengan target dan sempurna. Hal ini berarti mengerjakan sesuatu secara teratur sesuai target dan sempurna merupakan sesuatu yang dicintai Allah. Prinsip-prinsip ini sejalan dengan prinsip-prinsip manajemen secara umum yaitu merencanakan, mengorganisir, melaksanakan, mengontrol, dan mengevaluasi dalam rangka untuk mencapai suatu tujuan organisasi. Secara tidak langsung prinsip-prinsip manajemen tersebut sangat dianjurkan dalam Islam dalam mengerjakan sesuatu.

2. Unsur-unsur Manajemen

Penerapan manajemen yang baik akan memudahkan terwujudnya tujuan yang telah ditentukan di perusahaan (organisasi), karyawan dan masyarakat. Ada sejumlah unsur pokok yang membentuk kegiatan manajemen yang disingkat menjadi 6 (enam) M, yaitu: unsur manusia (men), barang-barang (materials), mesin (machines), metode (methods), uang (money) dan pasar (market). Keenam unsur ini memiliki fungsi masing-masing dan saling berinteraksi atau mempengaruhi dalam mencapai tujuan organisasi terutama proses pencapaian tujuan secara efektif dan efisien.

a. Man (manusia)

Berbagai macam aktivitas yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan organisasi memerlukan sumber daya manusia, karena tanpa adanya orang-

orang di dalam sebuah organisasi, maka mustahil manajemen dapat dijalankan.

b. Money (uang atau pembiayaan)

Sarana manajemen yang kedua adalah uang. Untuk melakukan berbagai aktivitas diperlukan uang, seperti upah atau gaji karyawan, proses produksi, pembelian bahan-bahan dan peralatan dan lain sebagainya. Kegagalan atau ketidak lancarannya proses manajemen sedikit banyak ditentukan atau dipengaruhi oleh perhitungan atau ketelitian dalam penggunaan uang. Di dalam manajemen uang juga biasa di sebut dengan istilah modal.

c. Materials (bahan-bahan atau perlengkapan)

Dalam proses pelaksanaan kegiatan, manusia menggunakan material atau bahan-bahan, karenanya dianggap pula sebagai alat atau sarana manajemen untuk mencapai tujuan. Tanpa adanya material maka tidak mungkin ada wujud dari hasil yang dikerjakan.

d. Machine (mesin-mesin)

Mesin adalah alat yang memudahkan pekerjaan manusia. Suatu pekerjaan dapat selesai dengan lebih mudah dan cepat apabila disertai adanya mesin sebagai alat pelengkap.

e. Methods (tata cara, sarana atau alat)

Untuk melakukan kegiatan-kegiatan secara efektif dan efisien maka manusia dihadapkan kepada berbagai alternatif methods atau cara melakukan pekerjaan. Untuk menyelesaikan pekerjaan tertentu harus menggunakan metode atau tata cara penyelesaian yang tepat agar pekerjaan tersebut dapat diselesaikan dengan efektif dan efisien dan

mencapai hasil terbaik sesuai yang dituju, oleh karena itu metode atau cara dianggap sebagai sarana atau alat manajemen untuk mencapai tujuan.

f. Market (pasar)

Sarana manajemen penting lainnya adalah markets atau pasar. Peran pasar dalam manajemen adalah untuk memasarkan hasil produksi (barang dan jasa). Oleh karena itu, baik dan buruknya suatu kualitas atau besar dan kecilnya laba yang diperoleh oleh suatu perusahaan dapat dikenal oleh masyarakat tergantung bagaimana metode penguasaan pangsa pasar.

Ada juga beberapa definisi manajemen sebagai berikut dalam buku Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi, menjelaskan bahwa manajemen adalah: manajemen, pengurusan, kepemimpinan, ketatalaksanaan, dan kepengurusan, pengelolaan dan sebagainya.

Menurut Mary Parker Follet Manajemen sebagai seni dalam menyelesaikan pekerjaan melalui orang lain. Definisi ini mengandung arti bahwa para manajer atau pengurus yang ada di lingkungan organisasi atau sesuatu lembaga untuk mencapai tugas atau tujuan-tujuan suatu organisasi harus melibatkan orang lain dan tidak mungkin melakukan dengan seorang diri.¹⁶

Menurut Hasibuan manajemen adalah ilmu dan seni pengatur proses pemanfaatan SDM dan sumber-sumber lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai suatu tujuan tertentu.¹⁷ Menurut Sukarno, manajemen

¹⁶ Hani Handoko, *Manajemen*, (Yogyakarta : BPFE, 2000), h.8

¹⁷ Malayu S.P. Hasibuan, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2005), h. 2

adalah proses dari memimpin, membimbing, dan memberikan fasilitas dari usaha orang-orang yang terorganisir formal guna mencapai suatu tujuan yang telah ditetapkan. Kemudian dipaparkan juga tentang manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengawasan.¹⁸

Manajemen merupakan kebutuhan sangat penting untuk mempermudah pencapaian tujuan manusia dalam organisasi. Manajemen diperlukan untuk mengatur atau mengelola berbagai sumber daya organisasi, yaitu sarana, prasarana, waktu, SDM, metode dan lainnya,. Manajemen juga memperlihatkan cara yang lebih efektif serta efisien dalam pelaksanaan suatu pekerjaan.¹⁹

Menurut George R. Terry menjelaskan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian yang dilakukan untuk menentukan dan mencapai sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya.²⁰ Manajemen ialah sebuah seni mengarahkan orang lain untuk mencapai tujuan utama sebuah organisasi atau bisnis melalui proses perencanaan, pengorganisasian, pengelolaan, dan pengawasan sumber daya dengan cara yang efektif dan efisien.

Crorby, Skinner, Ivancevich, dan Lorenzi yang dikutip oleh Atik dan Ratmiko yaitu pelayanan adalah produk-produk yang tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang melibatkan usaha-usaha manusia dan

¹⁸ Soekarno, *Dasar-dasar Manajemen*, (Jakarta: Miswar, 1986),h.4

¹⁹ A.S. Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia* (Jakarta: Bumi Aksara,2002), h.17

²⁰ Terry dan Leslie, *Dasar-Dasar Manajemen* (Jakarta: Bumi Aksara, 2013),h.9

menggunakan peralatan.²¹ Sedangkan definisi yang lebih rinci dikutip oleh Ratmiko dan Atik yang di jelaskan oleh Groncroos berpendapat bahwa pelayanan adalah serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dan karyawan perusahaan atau hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi permasalahan konsumen atau pelanggan.²²

Pelayanan menurut penulis merupakan setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang diwawancarai tidak berwujud dan tidak memiliki kepemilikan apapun. Manajemen pelayanan menurut penulis yaitu suatu proses penerapan ilmu dan seni untuk menyusun rencana, mengimplementasikan rencana itu, mengkoordinasikan dan menyelesaikan aktivitas-aktivitas pelayanan demi tercapai tujuan pelayanan.

3. Fungsi Manajemen

Manajemen dilakukan agar sdm dan sumber daya itu lebih berdaya guna, berhasil guna, terintegrasi, serta terkoordinasi dalam mencapai tujuan yang diinginkan. Yang bertugas me manage adalah atasan dengan wewenang kepemimpinannya melalui instruksi persuasi, sehingga sumber daya dan semua proses manajemen tertuju serta ter arah kepada tujuan yang ingin di capai. Untuk mengatur harus melalui proses dari urutan fungsi manajemen perencanaan, pengorganisasian, pengarahan,

²¹ Ratmiko & Atik Septi Winarsih, *Manajemen Pelayanan* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar,

2005), h. 2-5

²² *Ibid.* h. 5

dan pengendalian. berikut ini fungsi-fungsi manajemen, yaitu :

3. Perencanaan (*Planning*)

Perencanaan adalah suatu pemilihan yang memiliki hubungan dengan kenyataan-kenyataan untuk membuat dan menggunakan beberapa asumsi yang berhubungan dengan waktu yang akan datang dalam menggambarkan dan merumuskan beberapa kegiatan yang diusulkan dengan keyakinan untuk tercapainya hasil yang di inginkan.

Perencanaan yang matang dan strategis (*strategis planning*) serta pertimbangan masa depan (*fore casting*) secara tepat merupakan salah satu modal suatu organisasi atau lembaga. Perencanaan di sini dimaksudkan sebagai usaha untuk melakukan penyusunan rangkaian kegiatan atau program yang akan dilaksanakan, sekaligus menentukan *time schedule* dan hal-hal yang berkaitan dengan program atau kegiatan yang akan dilakukan. Proses perencanaan menurut Abdul Rosyad Saleh terdiri dari beberapa langkah, yaitu :

- 1) Perkiraan serta penghitungan yang akan datang (*fore casting*)
- 2) Penentuan dan perumusan sasaran guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan.
- 3) Penetapan beberapa tindakan dan prioritas pelaksanaannya
- 4) Penetapan metode
- 5) Penetapan waktu yang telah dijadwalkan

6) Penetapan biaya fasilitas dan faktor lainnya yang diperlukan²³

4. Pengorganisasian (*Organizing*)

Menurut Ahmad Fadli HS Pengorganisasian adalah keseluruhan proses pengelompokkan orang, alat, tugas tanggung jawab serta wewenang sehingga tercipta suatu organisasi yang dapat berjalan dalam rangka pencapaian tujuan yang telah ditentukan sebelumnya.

5. Penggerakan (*Acktuating*)

Menurut Ahmad Fadil HS, Penggerakan adalah keseluruhan proses pemberian motif bekerja kepada para karyawan sehingga mau bekerja dengan baik demi tercapainya tujuan organisasi. *Acktuating* adalah implementasi rencana, berbeda dari *planning* dan *organizing*. *Actuating* membuat urutan rencana menjadi tindakan dalam dunia organisasi. Sehingga tanpa tindakan nyata, rencana akan menjadi imajinasi atau impian yang tidak pernah menjadi kenyataan. *Acktuating* juga bisa kita artikan sebagai aplikasi dari perencanaan atau *planning* yang telah kita susun sebelumnya. Bisa kita katakan juga bahwa *acktuating* merupakan rangkaian inti dari sebuah manajemen. *Acktuating* merupakan proses inti dari sebuah manajemen dalam sebuah organisasi. *Acktuating* merupakan pelaksanaan dari rangkaian sebuah manajemen dalam organisasi. *Acktuating* atau penggerakan merupakan tugas dari manajer untuk menggerakkan seluruh sumber daya organisasi sesuai dengan fungsinya. Kesalahan dalam mengelola

²³ Abdul Rosyad Saleh, *Manajemen Dakwah Islam* (Jakarta: Bulan Bintang,1993),h. 54

sumber daya organisasi akan menimbulkan kesalahan yang dialami organisasi. Manusia merupakan salah satu sumber daya yang mempunyai peranan penting dalam organisasi yang perlu digerakan agar mereka dapat menjalankan tugasnya dengan tepat.

Demikian juga sumber daya organisasi lainnya harus dikelola dengan baik agar dapat saling mendukung untuk mencapai tujuan organisasi secara keseluruhan. Dalam menggerakkan sumber daya manusia dalam sebuah organisasi dapat dilakukan melalui aktifitas motivasi, kepemimpinan, dan komunikasi.

6. Pengawasan (*Controlling*)

Pengawasan adalah penerapan cara untuk menjamin bahwa rencana-rencana telah dilaksanakan sesuai dengan yang ditetapkan pada awal. *Controlling*, memastikan bahwa kinerja sesuai dengan rencana. Hal ini membandingkan antara kinerja aktual dengan standar yang telah ditentukan. Jika terjadi perbedaan yang signifikan antara kinerja aktual dan yang diharapkan, manajer harus mengambil tindakan yang sifatnya mengoreksi. *Controlling* merupakan fungsi terakhir dari proses manajemen. Fungsi ini sangat penting dan sangat menentukan pelaksanaan proses manajemen, karena itu harus dilakukan dengan sebaik-baiknya. *Controlling* juga dapat dipahami sebagai bentuk pengawasan suatu kinerja para pegawai dalam sebuah lingkup organisasi. Dalam pengawasan kita dapat melihat berjalan atau tidaknya proses manajemen ini sesuai dengan apa yang telah diharapkan dalam sebuah organisasi. *Controlling* merupakan rangkaian proses manajemen yang terakhir. Disinilah kita dapat melihat berhasil atau

tidaknya rangkaian sebuah proses manajemen yang telah disusun oleh anggota sebuah lembaga atau organisasi.

B. Pelayanan

1. Pengertian Pelayanan

Menurut Moenir mendefinisikan Pelayanan adalah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan landasan faktor material melalui sistem, prosedur dan metode tertentu dalam rangka usaha memenuhi kepentingan orang lain sesuai dengan haknya. Karena itu pelayanan pada hakikatnya adalah serangkaian kegiatan, karena itu merupakan proses. Sebagai proses, pelayanan berlangsung secara rutin dan berkesinambungan, meliputi seluruh kehidupan orang dalam masyarakat.²⁴

Pelayanan adalah segala bentuk jasa pelayanan, baik dalam bentuk barang maupun jasa yang pada prinsipnya menjadi tanggung jawab dan dilaksanakan oleh instansi pemerintah di pusat, di daerah, dan di lingkungan badan usaha milik negara atau badan usaha milik daerah, dalam rangka upaya pemenuhan kebutuhan masyarakat maupun dalam rangka pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan.²⁵

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan pelayanan adalah segala bentuk pelayanan jasa baik barang maupun jasa yang menjadi tanggung jawab dan harus

²⁴ A.S Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2008), h. 65

²⁵ Ratmiko dan Atik Septi, *Mnajemen Pelayanan*, (Yogyakarta:Pustaka Pelajar, 2005), h. 5

dilaksanakan oleh lembaga yang menyediakan pelayanan untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

2. Prinsip Pelayanan

Menurut Lovelock mengemukakan lima prinsip yang harus diperhatikan bagi penyelenggaraan pelayanan, yaitu meliputi:

- a. *Tangible* (terjamah) seperti kemampuan fisik, peralatan personil dan komunitas material.
- b. *Realible* (handal), kemampuan membentuk pelayanan yang dijanjikan secara tepat.
- c. *Responsiveness*. Rasa tanggung jawab terhadap mutu pelayanan
- d. *Assurance* (jaminan) yaitu pengetahuan, perilaku dan kemampuan karyawan
- e. *Empathy* yaitu perhatian perorangan pada konsumen.²⁶

3. Standar Pelayanan

Pelayanan harus disediakan menurut standar tertentu. Standar adalah spesifikasi teknis sebagai standar untuk melakukan aktivitas. Oleh karena itu, tingkat layanan masyarakat adalah sebagai tolak ukur yang digunakan penyedia layanan dan referensi evaluasi kualitas layanan komitmen atau janji sebagai penyedia layanan kepada masyarakat untuk memberikan

²⁶ Daryono dan Ismanto Setyobudi, *Konsumen dan Pelayanan Prima*, (Yogyakarta : Gava Media, 2014), h.134

pelayanan yang berkualitas.²⁷ Setiap penyelenggaraan pelayanan pasti memiliki standar pelayanan dan publikasikan untuk memastikan penerima layanan.

a. Pentingnya Standar Pelayanan

Standar pelayanan harus dimiliki oleh badan penyedia pelayanan. Untuk memastikan penyedia layanan yang berkualitas menjadikan masyarakat penerima pelayanan merasa bernilai tinggi atas pelayanan tersebut.

Adapun ciri-ciri pelayanan yang baik bagi perusahaan dan karyawan yang bertugas melayani konsumen, yaitu:²⁸

1) Tersedianya Karyawan Yang Baik

Konsumen akan nyaman jika karyawan melakukan pelayanan yang baik. Karyawan harus selalu ramah, sopan santun dan menarik. Disamping itu karyawan harus tetap tanggap, pandai bicara, menyenangkan, serta pintar, karyawan harus mampu memikat dan mengambil hati konsumen sehingga konsumen semakin tertarik. Demikian juga dengan cara kinerja karyawan harus rapi, cepat dan cekatan.

2) Tersedianya Sarana dan Prasarana Yang Baik

Umumnya konsumen sangat ingin dilayani dengan sangat baik. Untuk melayani konsumen, salah satu hal yang paling penting diperhatikan di samping kualitas dan kuantitas sumber daya manusia adalah sarana dan prasarana yang

²⁷ Daryanto dan Ismanto Setya budi, *konsumen dan Pelayanan Prima*, (Yogyakarta: GAYA MEDIA, 2014), h. 145

²⁸ Kasmir, *Etika Costumer Service* (Jakarta: PT Raja Gravindo Persada, 2005), h. 186

dimiliki perusahaan. Fasilitas dan peralatan seperti ruang tunggu dan ruang untuk menerima tamu harus dilengkapi berbagai fasilitas sehingga membuat konsumen nyaman dalam ruangan tersebut.

3) Bertanggung Jawab

Dalam menjalankan kegiatan pelayanan karyawan harus bisa melayani dari awal sampai selesai dengan bertanggung jawab terhadap pelayanan yang diberikan. Konsumen akan merasa puas jika karyawan bertanggung jawab terhadap pelayanan yang diinginkannya.

4) Melayani Secara Cepat dan Tepat

Karyawan harus mampu melayani secara cepat dan tepat dalam melayani konsumen diharapkan karyawan harus melakukan melalui prosedur yang telah ditetapkan sebelumnya. Harus sesuai dengan jadwal untuk pekerjaan tertentu dan jangan membuat kesalahan yang tidak sesuai dengan standar perusahaan dan keinginan konsumen.

5) Mampu Berkomunikasi

Artinya karyawan harus mampu berbicara kepada konsumen dengan baik. Selain itu juga karyawan harus dapat berkomunikasi dengan bahasa yang jelas serta mudah dimengerti konsumen.

6) Memiliki Pengetahuan Yang Baik

Tugas karyawan selalu berhubungan dengan konsumen, karyawan perlu didukasi mengenai kemampuan dan pengetahuan dalam

bekerja. Kemampuan bekerja akan mampu mempersingkat pekerjaan karyawan.

7) Berusaha Memahami Kebutuhan Konsumen

Karyawan harus tanggap tentang apa yang diinginkan oleh konsumen. Karyawan yang lambat akan membuat konsumen tidak puas. Harus cepat dan tanggap tentang apa mau dari konsumen itu sendiri.

8) Mampu Memberikan Kepercayaan Kepada Konsumen

Hal ini mutlak diperlukan sehingga calon konsumen ingin menjadi konsumen perusahaan yang bersangkutan. Demikian pula untuk menjaga konsumen yang lama perlu dijaga kepercayaannya agar tidak merasakan kecewa sehingga enggan untuk bertahan.²⁹

Manajemen pelayanan adalah suatu manajemen proses yaitu manajemen yang mengatur dan mengendalikan proses layanan, agar mekanisme kegiatan pelayanan dapat berjalan tertib, lancar, tepat mengenai sasaran dan memuaskan bagi konsumen yang harus dilayani.³⁰

Adapun prinsip-prinsip manajemen pelayanan adalah sebagai berikut :

- a) Identifikasi kebutuhan konsumen sesungguhnya.

²⁹ A.S. Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia* (Jakarta: Bumi Aksara, 2015), h.186

³⁰ Abdul warits, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penerapan Prinsip-Prinsip Syariah Terhadap Minat Konsumen Hotel Syariah*, (Skripsi: IAIN WS. 2009), h. 12

- b) Menyiapkan pelayanan yang baik
- c) Membuat sistem dan mendukung pelayanan konsumen
- d) Mengusaha agar karyawan bertanggung jawab terhadap kualitas pelayanan yang diberikan
- e) Melayani keluhan konsumen dengan baik
- f) Melakukan inovasi
- g) Karyawan adalah sama pentingnya dengan konsumen
- h) Bersikap tegas dan ramah pada konsumen
- i) Menjalin komunikasi serta interaksi khusus dengan konsumen

4. Tujuan Pelayanan

Tujuan dari pelayanan pada dasarnya adalah memuaskan konsumen, untuk mencapai kepuasan itu dituntut kualitas pelayanan prima yang tercermin dari:

- a. *Transparansi*, yakni pelayanan yang bersifat terbuka, mudah dan dapat diakses oleh semua pihak yang membutuhkan dan disediakan secara memadai serta mudah dimengerti.
- b. *Akuntabilitas*, yakni pelayanan yang dipertanggung jawabkan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- c. *Kondisional*, yakni pelayanan yang sesuai dengan kondisi dan kemampuan pemberi dan penerima pelayanan dengan tetap berpegang pada prinsip efisiensi dan efektivitas.

- d. *Partisipatif*, yakni pelayanan yang dapat mendorong peran serta masyarakat dalam menyelenggarakan pelayanan dengan memperhatikan aspirasi, kebutuhan, dan harapan konsumen.
- e. Kesamaan Hak, yakni pelayanan yang tidak melakukan deskriminasi dilihat dari aspek apapun khususnya suku, ras, agama, golongan, dan status sosial.
- f. Keseimbangan Hak dan Kewajiban, yaitu pelayanan yang mempertimbangkan aspek keadilan antara pemberi dan penerima pelayanan.

5. Kualitas Pelayanan

Menurut Fitzsimmons dan Fitzsimmons, Parasuraman, Zeithmal dan Berry sebagaimana yang dikutip oleh Abdul Warits menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu cara untuk membandingkan persepsi layanan yang diterima konsumen dengan layanan yang sesungguhnya. Apabila layanan yang diharapkan konsumen lebih besar dari layanan yang nyata-nyata diterima konsumen maka dapat dikatakan bahwa layanan tidak bermutu, sedangkan jika layanan yang diharapkan konsumen lebih rendah dari layanan yang nyata-nyata diterima konsumen, maka dapat dikatakan bahwa layanan bermutu, dan apabila layanan yang diterima sama dengan layanan yang diharapkan maka layanan tersebut dapat dikatakan memuaskan.³¹

Dengan demikian kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan supaya mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan

³¹ Lupiyoadi Rambat, *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktek*, (Jakarta: PT.Salemba 4, 2004), h.181

konsumen. Pola konsumsi dan gaya hidup konsumen menuntut perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas. Keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dapat ditentukan dengan pendekatan *service quality* yang telah dikembangkan oleh Parasuraman, Berry dan Zenthmal *Service Quality* adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para konsumen atas pelayanan yang mereka terima. Umumnya standar kepuasan konsumen hotel adalah ketika apa yang mereka dapatkan sesuai dengan yang mereka bayarkan. Yaitu dalam jasa perhotelan berarti konsumen mendapatkan sambutan yang ramah ketika pertama kali datang, saat pemesanan dan penyelesaian pemakaian kamar. Disamping itu, keramah tamahan karyawan bagian restorasi dan *housekeeping* juga menjadi hal yang penting sebagai faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen disamping kenyamanan lingkungan hotel. Oleh karena itu pelayanan yang berkualitas dan memuaskan konsumen perlu diupayakan secara terus menerus. Untuk menjaga kestabilan motto perusahaan.³²

C. Kepuasan Konsumen

1. Pengertian Kepuasan Konsumen

Kepuasan adalah konsumen memberikan penilaian terhadap sebuah produk atau jasa itu sendiri. Hal ini merupakan suatu kepuasan yang diraih konsumen yang berhubungan dengan pemenuhan kebutuhan konsumen. Supranto menjelaskan, konsumen adalah individu yang menerima suatu jenis barang atau jasa dari orang lain

³² Supranto, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Menaikkan Pangsa Pasar*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2001), h.21

atau kelompok orang serta perusahaan. Sedangkan Nasution berpendapat, konsumen adalah semua orang yang menuntut kepada perusahaan untuk memenuhi suatu standar kualitas tertentu yang akan memberikan pengaruh pada manajemen perusahaan.³³

Menurut Mowen dan Minor berpendapat bahwa kepuasan konsumen yang dikutip dari buku Vina Sri Yuniarti adalah sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang dan jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya. Hal ini merupakan penilaian evaluatif pasca pemilihan yang disebabkan oleh seleksi pembelian khusus dan pengalaman menggunakan atau mengonsumsi barang atau jasa tersebut.³⁴

Sedangkan Kottler dan Keller berpendapat kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.³⁵

Zulian Yamit berpendapat bahwa kepuasan konsumen merupakan hasil evaluasi setelah membandingkan apa yang dirasakan dengan harapannya. Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen itu sendiri setelah membandingkan hasil antara apa yang dia terima dan harapannya.

Brown berpendapat bahwa kepuasan konsumen adalah suatu kondisi dimana kebutuhan, keinginan dan

³³ Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen jilid 2*, (Jakarta: Binarupa Aksara, 1995), h.65

³⁴ Philip kottler & Keller, *Manajemen Pemasaran* (13 ed.)(Jakarta: Erlangga, 2008), h.139

³⁵ Rina Dwiastuti, Agustina Shinta, Riyanti Isaskar, *Ilmu Perilaku Konsumen*, (Malang: Universitas Brawijaya Press(UB Press), 2012), h. 150

harapan konsumen terhadap sebuah produk atau jasa, sesuai atau terpenuhi dengan penampilan dari produk dan jasa. Konsumen yang puas akan mengonsumsi produk tersebut secara terus menerus, mendorong konsumen untuk loyal terhadap produk atau jasa kepada orang lain dari mulut ke mulut. Sedangkan menurut wells dan Prensky menulis, kepuasan atau ketidakpuasan konsumen merupakan sikap konsumen terhadap suatu produk atau jasa sebagai hasil evaluasi konsumen setelah menggunakan suatu produk atau jasa. Konsumen akan merasa puas jika pelayanan yang diberikan produk atau jasa menyenangkan hati.³⁶

Kepuasan konsumen merupakan salah satu hal yang diutamakan, tidak terkecuali pada hotel syariah, karena hal itu dapat menentukan berhasil atau gagalnya suatu usaha perhotelan. Konsumen yang tidak puas tentunya tidak akan kembali menggunakan jasa dari hotel tersebut, apalagi didukung dengan banyaknya pilihan hotel lain. Kepuasan konsumen dapat mendorong mereka untuk menginap lagi, yang akan memiliki dampak positif pada keberhasilan hotel, jika staf hotel dapat memberikan layanan itu bagus, para tamu akan puas, dan citra hotel di mata para tamu adalah positif.

Dari uraian diatas, penulis berkesimpulan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang dan puas konsumen atau orang yang diberikan pelayanan terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan atau orang sebagai jasa yang dibutuhkan konsumen sehingga membuat konsumen untuk memakai pelayanan kembali. Sedangkan dari beberapa pengertian diatas, dapat

³⁶ *Ibid*

disimpulkan yang menjadi konsep dasar kepuasan konsumen menurut brown, yaitu:

- a. Kesesuaian keinginan dan harapan konsumen terhadap produk atau jasa yang di berikan
- b. Konsumen yang puas akan kembali menggunakan produk atau jasa itu kembali.
- c. Kesiediaan konsumen untuk merekomendasikan produk atau jasa kepada orang lain dari mulut ke mulut.³⁷

2. Karakteristik Kepuasan Konsumen

Setelah kepuasan terbentuk maka perusahaan harus bisa mempertahankan sampai bisa membawa konsumen pada tingkat loyalitas. Kepuasan harus ditingkatkan menjadi tahap sangat puas. Menurut Kotler ciri-ciri konsumen sangat puas adalah :

- a. Menjadi setia
- b. Membeli dalam jumlah banyak jika perusahaan memperkenalkan produk yang ada atau baru
- c. Memberikan komentar yang positif dan membuat untung perusahaan dan produk/jasanya.
- d. Tidak memberikan perhatian pada merek, iklan dan masalah terhadap harga
- e. Memberikan gagasan atau jasa pada perusahaan agar lebih berkembang.³⁸

³⁷ Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran*,(Jakarta: PT. Erlangga,2009),h.48

³⁸ Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi ke Dua*,(Jakarta: Salemba Empat,2006),h.185

3. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

- a. Kualitas produk yaitu konsumen akan merasa puas bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
- b. Kualitas pelayanan atau jasa, yaitu konsumen akan merasa puas jika mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
- c. Emosi, yaitu konsumen akan merasa bangga dan orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Bukan karena kualitas dari produk tetapi sosial yang membuat pelanggan merasa puas terhadap merek tertentu.
- d. Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi harga murah akan memberikan nilai lebih kepada konsumen.
- e. Biaya, yaitu konsumen tidak perlu mengeluarkan biaya lebih atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa akan puas terhadap jasa tersebut.³⁹

4. Indikator Kepuasan Konsumen

Wira Sutedja menjelaskan terdapat beberapa hal yang diinginkan pelanggan atau konsumen antara lain :

- a. Konsumen ingin diperlakukan adil dan jujur, dan penuh hormat
- b. Konsumen ingin lokasi pelayanan yang strategis

³⁹ Sutedja, Wira, *Panduan Layanan Konsumen*,(Jakarta: PT. Grasindo,2007),h.3

- c. Konsumen ingin pelayanan yang tepat waktu dan efisien
- d. Konsumen ingin pemecahan yang baik atas persoalan mereka
- e. Konsumen ingin diperlakukan seperti raja, yang ingin selalu dilayani dan diperhatikan
- f. Konsumen ingin uang mereka dihargai
- g. Konsumen hanya menginginkan pelayanan yang terbaik.⁴⁰

5. Cara Mengukur Kepuasan Konsumen

Menurut kotler dalam muhammad adam mengemukakan empat metode untuk mengukur kepuasan konsumen antara lain:

- a. Sistem keluhan dan saran

Setiap perusahaan yang berorientasi pada konsumen perlu memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi konsumennya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang bisa digunakan meliputi kotak saran yang diletakan di tempat strategi, menyediakan kartu komentar, menyediakan saluran telpon khusus. Informasi yang diperoleh dari metode ini dapat memberikan respon secara cepat dan tanggap terhadap setiap masalah yang timbul. Meskipun demikian, karena metode ini cenderung bersifat pasif, maka sulit mendapatkan gambaran lengkap mengenai kepuasan dan ketidakpuasan konsumen.

⁴⁰ Muhammad Adam, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2005), h.16

c. Survey kepuasan pelanggan

Melalui survey perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan sekaligus memberikan tanda positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya. Pengukuran kepuasan konsumen melalui metode ini dapat dilakukan dengan berbagai cara, anatar lain:

- 1) *Directive reposted satisfaction* yaitu pengukuran dilakukan secara langsung melalui pertanyaan yang menghasilkan skala berikut: sangat tidak puas, tidak puas, netral, puas, dan sangat puas.
- 2) *Derived Dissatisfaction* yaitu pertanyaan yang diajukan menyangkut dua hal utama, yakni besarnya harapan pelanggan terhadap atribut tertentu dan besarnya kinerja yang mereka rasakan.
- 3) *Problem analysis* yaitu pelanggan yang dijadikan responden yang diminta untuk mengungkapkan dua hal pokok. Pertama masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan. Kedua saran untuk melakukan perbaikan.
- 4) *Importence-performance analysis* yaitu dalam teknik ini responden diminta untuk merangking seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen.

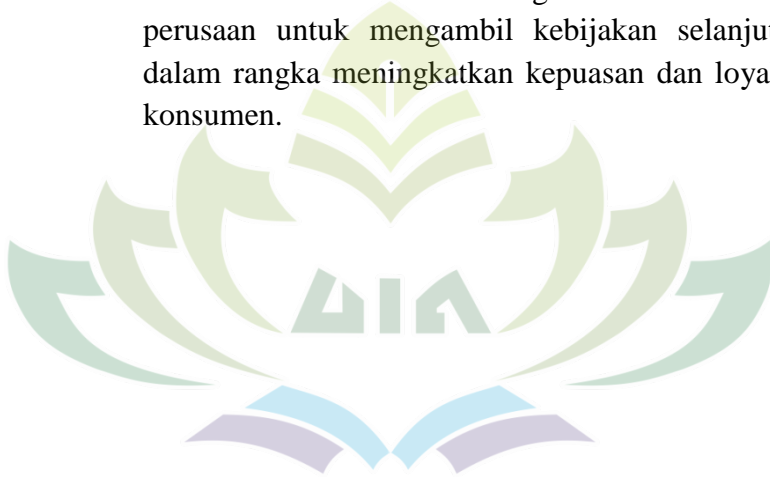
d. *Ghost shopping*

Metode ini dilaksanakan dengan cara mempekerjakan beberapa orang untuk berperan atau

bersikap sebagai pelanggan potensial produk perusahaan, selain itu ghost shopper juga dapat mengamati atau menilai cara perusahaan menjawab pertanyaan konsumen dan menanggapi setiap keluhan.

e. *Lost customer Analysis*

Metode ini sedikit untuk perusahaan berusaha menghubungi para pelanggannya yang telah berhenti mengkonsumsi, yang diharapkan adalah akan diperolehnya informasi penyebab terjadinya hal tersebut. Informasi ini sangat bermanfaat bagi perusahaan untuk mengambil kebijakan selanjutnya dalam rangka meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen.





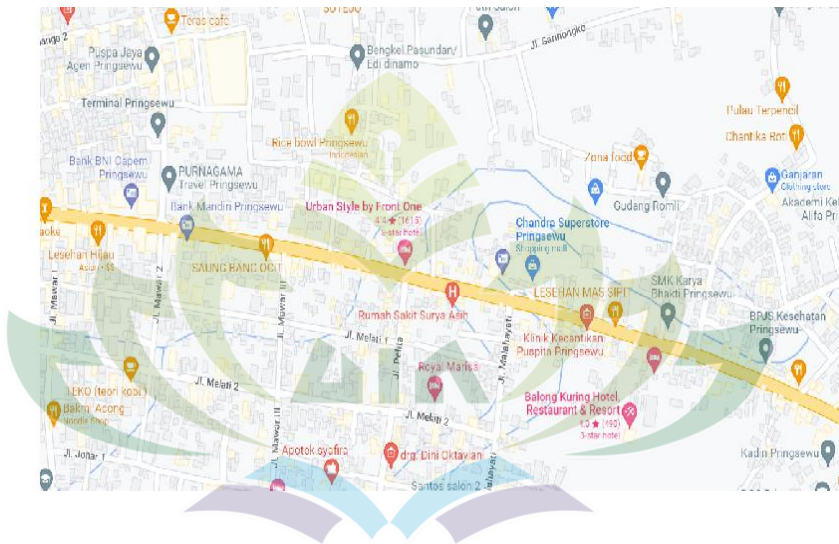
BAB III

DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

A. Gambaran Umum Chandra Departemen Store

1. Letak Geografis Chandra Departemen Store

Chandra Superstore Pringsewu, Jl. A.Yani No.24-25, Sidoharjo, Kec. Pringsewu, Kabupaten Pringsewu, Lampung 35373



2. Sejarah Singkat Perusahaan

Chandra Super Store adalah salah satu perusahaan Retail lokal provinsi Lampung yang bergerak dibidang retail berupa barang kebutuhan pokok dan mulai berkembang menjadi toko serba ada yang didirikan oleh Alesius Bunawan. Pada tanggal 18 Maret 1984 Chandra Supermarket dan Department Store berdiri, berawal dari Chandra Toserba yang bertempat di Jl. Ikan Bawal 33, Teluk Betung, Bandar Lampung. Chandra Superstore saat ini terdiri dari 2 perusahaan yang bergerak di bidang Retail

Supermarket dan Department store yaitu CV. CHANDRA PERDANA ABADI, PT. SEKAWAN CHANDRA ABADI selain itu perusahaan ini juga mengembangkan bisnis retail dalam skala Mini Market . Hingga saat ini telah mengembangkan 37 Outlet Chandra Mini Market (PT. SEKAWAN CHANDRA PERSADA).

Chandra Supermarket & Dept. Store berdiri pada tanggal 18 Maret 1984 yang didirikan oleh keluarga Bapak Alesius Bunawan, berawal dari Chandra Toserba yang berlokasi di Jl. Ikan Bawal 33 Teluk Betung, Bandar Lampung. Pada tahun 1987 dibangunlah cabang pertama yaitu Chandra Toserba, Tanjung Karang yang beralamat di Jl. Raden Intan, No.73 dengan lokasi serta luas bangunan lebih strategis dan lebih luas dibandingkan Chandra Teluk Betung. Selain pasar Swalayan & dept. Store, Chandra Toserba Tanjung Karang dilengkapi dengan gedung bioskop, president theatre, food court, dan arena bermain anak-anak. Chandra untuk cabang Tanjung Karang yang bertempat di lokasi tersebut saat ini sudah di tutup, karena pihak perusahaan ingin lebih mendekatkan diri kepada konsumennya maka Chandra untuk cabang Tanjung Karang dipusatkan di Tanjung Karang Timur.

Pada tanggal 15 April 1990 dibuka Chandra Supermarket & Dept. Store Metro yang membukacabang di luar kota pertama kalinya yang dibangun di komplek pertokoan Sumur Bandung Metro. Chandra ini dilengkapi juga dengan fasilitas gedung bioskop, arena bermain anak-anak, dan restoran.

Chandra Superstore Tanjung Karang resmi dibuka pada tanggal 7 Januari 1998 dengan diawali oleh bagian supermarket terlebih dahulu. Pada tanggal 15 November 1999 Chandra Dept. Store resmi dibuka untuk melengkapi Chandra Superstore Tanjung Karang yang berdiri di atas

lahan seluas ± 10.000 m² dengan luas bangunan ± 15.000 m² dan luas lahan parkir ± 7.500 m² yang terletak di Jl. Hayam Wuruk –Pemuda No.1 Tanjung Karang Timur. Bangunan ini lebih strategis karena terletak di jantung kota Bandar Lampung, sehingga lebih mudah dijangkau konsumen. Cabang ini merupakan yang paling lengkap fasilitasnya, karena selain Supermarket dan Dept. Store, juga dilengkapi dengan beragam fasilitas seperti foodcourt, toko mas, salon rambut, arena bermain time zone, pusat elektronik, counter hand phone, serta arena bowling dan billiard yang semuanya disediakan untuk memanjakan dan memuaskan para pengunjung.

Seiring dengan perkembangan waktu, maka pada tanggal 18 September 2005 Chandra Teluk Betung pindah untuk lebih memuaskan konsumen. Chandra Teluk Betung pindah ke Jl. Ikan Bawal No.116, dengan bangunan yang lebih luas dan dilengkapi dengan aneka fasilitas seperti counter hand phone, food court, serta arena bermain fun city. Selang sebulan kemudian, tepatnya pada 8 Oktober 2005 Chandra ingin lebih melebarkan sayapnya di dunia bisnis dan sebagai upaya untuk lebih memperkenalkan Chandra sebagai tempat perbelanjaan yang dapat memenuhi semua kebutuhan konsumennya, maka dibuka cabang baru yaitu Chandra Superstore Simpur yang menempati lokasi di pusat perbelanjaan, tepatnya Simpur Centre untuk semakin mendekatkan diri kepada konsumen.

Tahun 2006 merupakan tahun yang bersejarah bagi Chandra Group, karena untuk pertamakalinya dibuka Chamart Way Halim pada tanggal 25 September 2006. Chamart yang berlokasi di Jl. Ki Maja No.67 mendapat respon yang luar biasa dari pelanggan setia Chandra. Pengunjung tahun 2006, tepatnya 14 Desember 2006 Chamart Teluk Betung resmi dibuka dengan menempati

lokasi eks. Chandra Teluk Betung , yaitu di Jl. Ikan Bawal No.33. Tanggal 7 Juli 2007 dibuka Chamart yang ketiga yaitu Chamart Tanjung Seneng yang dilanjutkan dengan Chamart pasir Gintung pada 16 Agustus 2007, serta Chamart Panjang pada 28 September 2007. Pada tahun 2008 Chandra mengembangkan sayap bisnisnya dengan membuka Wisma Chandra pada tanggal 1 April 2008 dan memakai tiga toko Chamart baru dan satu Chandra Superstore di Bandar Jaya. Ketiga Chamart tersebut masing-masing Chamart Primkoppol pada 30 April 2008 yang merupakan kerjasama antara koperasi karyawan Chandra dengan Primkoppol Poltabes, Chamart Tirtayasa pada 8 Agustus 2008, Chandra Purwata pada 11 November 2008 dan Chandra Superstore Bandar Jaya pada 18 Desember 2008. Tahun 2009 Chandra Group baru membuka 2 toko Chamart, yaitu Chamart Koga pada 29 Juli 2009 yang merupakan perpindahan dari Chamart Teluk Betung, serta pada tanggal 18 November 2009 membuka Chamart Legundi. Selain upayanya untuk membuka cabang di wilayah-wilayah strategis sebagai upaya mendekatkan diri dengan konsumennya, Chandra juga mempermudah para konsumen setianya dalam mendapatkan informasi seputar Chandra yang dapat lebih meyakinkan konsumen.

Chandra juga menawarkan berbagai fasilitas menarik untuk para konsumennya selain fasilitas kelengkapan produk yang dijual, upayanya untuk memuaskan konsumen adalah dengan adanya kartu VIP Chandra yang dapat dengan mudah dimiliki para konsumen yang memilih Chandra sebagai tempat berbelanja. Upaya tersebut yang dapat membuat konsumen lebih meyakinkan untuk berbelanja di Chandra.

3. Visi dan Misi Perusahaan

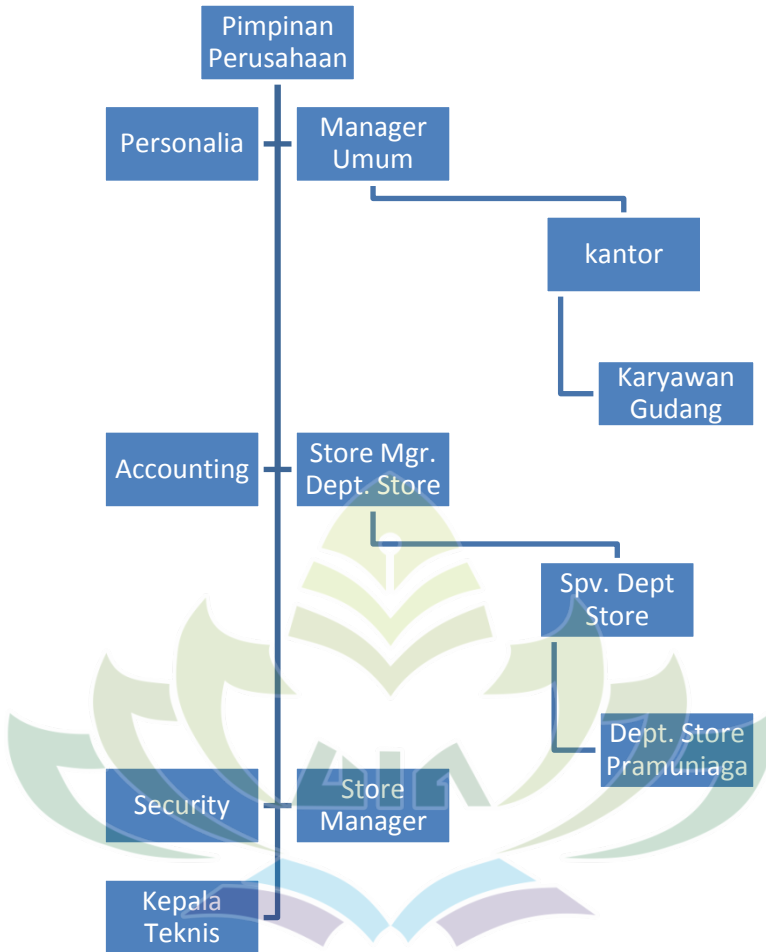
Visi :Menjadi pusat perbelanjaan terbaik dan terlengkap di seluruh Lampung.

Misi :

- a. Berusaha untuk selalu dekat dengan konsumen, yaitu dengan membangun Chandra Mini Market (Chamart) dan Chandra Mall.
- b. Selalu melakukan renovasi terhadap bangunan yang sudah
- c. Menerapkan harga yang mendekati para pesaing yang ada
- d. Terus memberikan pembekalan kepada seluruh karyawan untuk semakin terampil sesuai dengan bidangnya masing-masing
- e. Menyediakan produk yang berkualitas, fresh, dan lengkap
- f. Untuk menggiatkan kegiatan promosi, setiap bulan selalu mengadakan acara harga hemat, harga spesial, diskon khusus, dll.C.

4. Struktur Organisasi

Struktur organisasi dalam suatu perusahaan mempunyai peranan penting dalam kelangsungan kegiatan perusahaan. Dengan adanya struktur organisasi yang jelas, maka hubungan antara wewenang serta tanggung jawab masing-masing karyawan menjadi jelas. Struktur organisasi pada Chandra Superstorecabang Tanjung Karang berbentuk organisasi garis seperti terlihat pada gambar 1. Bagan Struktur Organisasi Chandra Superstore Cabang Tanjung Karang berikut ini:



Gambar 1. menunjukkan Chandra Superstore Cabang Pringsewu menggunakan bentuk organisasi garis. Adapun sebagai pimpinan perusahaan sekaligus pemilik usaha memiliki tugas dan tanggung jawab sebagai berikut:

1. Bertanggung jawab atas keseluruhan manajemen organisasi.
2. Menetapkan tujuan, strategi,serta arah kebijakan perusahaan.

3. Mengkoordinasikan serta mengintegrasikan seluruh kepentingan dan kegiatan perusahaan
4. Melakukan pengawasan kegiatan-kegiatan yang terkoordinasi untuk mencapai tujuan perusahaan.

Sebagai pemilik perusahaan, Bapak Alesius Bunawan dalam melaksanakan tugasnya dibantu oleh Store manager Dept. Store, Store Manager Supermarket, Bagian Personalia, Accounting dan Security yang masing-masing tugasnya adalah sebagai berikut:

1. Store Manager Department Store

Memiliki tugas dan tanggung jawab:

- a. Menjaga, mengawasi, serta mengatur kegiatan pada bagian department store selama jam kerja.
- b. Melakukan pengawasan dan koordinasi atas berlangsungnya kegiatan bagian department store.
- c. Membuat nota permintaan barang bagi setiap kepala bagian stok atau persediaan barangnya sudah hampir habis dan meneruskannya ke masing-masing gudang.

2. Store Manager Supermarket

Mempunyai tugas dan tanggung jawab:

- a. Menjaga, mengawasi, serta mengatur kegiatan pada bagian supermarket selama jam kerja.
- b. Melakukan pengawasan dan koordinasi atas berlangsungnya kegiatan bagian supermarket.
- c. Membuat nota permintaan barang bagi setiap kepala bagian stok atau persediaan barangnya sudah hampir habis dan meneruskannya ke masing-masing gudang.

3. Personalia

Mempunyai tugas dan tanggung jawab:

- a. Menghimpun semua personil karyawan yang ada dalam satu kesatuan yang selaras dengan kebijaksanaan perusahaan untuk mencapai tujuan.
- b. Membuat absensi karyawan serta absensi bulanan secara teratur.
- c. Menyimpan arsip mengenai data-data karyawan.
- d. Menyimpan data-data yang diperlukan apabila ada pengangkatan atau pemberhentian karyawan.

4. Accounting

Mempunyai tugas dan tanggung jawab:

- a. Menerima laporan dana yang masuk dan keluar serta menerima nota pesanan barang.
- b. Mengatur dana yang masuk dan keluar.
- c. Menjaga agar turn over barang dalam keadaan stabil.
- d. Membuat daftar gaji para karyawan.
- e. Menyusun laporan keuangan yang kemudian dilaporkan kepada pemimpin perusahaan.

5. Security

Mempunyai tugas dan tanggung jawab:

- a. Menjaga keamanan serta ketertiban seluruh lokasi agar para konsumen tetap merasa aman dan nyaman.
- b. Mengawasi keadaan lingkungan Chandra Superstore Cabang Pringsewu dari berbagai gangguan.

B. Pelaksanaan Manajemen Pelayanan Chandra Superstore Cabang Pringsewu

Chandra Super Store adalah salah satu perusahaan Retail lokal provinsi Lampung yang bergerak dibidang retail berupa barang kebutuhan pokok dan mulai berkembang menjadi toko serba ada. Untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan manajemen pelayanan Chandra Super Store, peneliti menggunakan teori indikator Zeithaml, Berry, dan Parasuraman yang meliputi Reliability (kehandalan), Responsiveness (daya tanggap), Assurance (jaminan dan kepastian), *Emphaty* (perhatian), dan *Tangible* (bukti fisik). Menurut Ibu Ratna, sebagai berikut:⁴¹

“Kami pihak chandra sudah menerapkan pelayanan yang terbaik buat pelanggan baru maupun lama. Ya dengan adanya manajemen pelayanan ini sebagai landasan untuk memberikan pelayanan untuk pelanggan, namun pelayanan yang di kantor setahu saya sudah baik. Jadi tidak mungkin juga dalam lingkup kantor ada masalah tentang pelayanan, tapi itu di kantor kalau di lapangan saya tidak tahu karena itu sudah ada pembagian tugas sendiri.”

Sedangkan pelaksanaan manajemen pelayanan di Chandra Super Store cabang Pringsewu, yaitu:

a. *Reliability* (Kehandalan)

Menurut Bapak Manager Chandra Superstore cabang Pringsewu David Sibuea, kehandalan kerja yang dilakukan oleh Chandra Superstore cabang Pringsewu, yaitu ada pada kemampuan dalam memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.

⁴¹ Wawancara dengan Manager Chandra Superstore Pringsewu David Sibuea, pada tanggal 10 Maret 2022.

Kemampuan dalam penelitian ini adalah kapasitas atau skill seorang individu untuk melakukan beragam tugas dalam suatu pekerjaan untuk memberikan pelayanan kepada pengguna layanan agar mampu memenuhi kebutuhan pengguna layanan secara efektif, ketelitian pegawai, dan pelayanan tanpa memandang status sosial.

Kemampuan pihak Chandra dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan sangat akurat dan memuaskan diharapkan oleh pengguna layanan dapat dilaksanakan dengan baik sehingga pengguna layanan dapat merasakan kepuasan. Sebagaimana yang dijelaskan Bapak Rahmat pada wawancara berikut:⁴²

“Kemampuan pegawai dalam melakukan pelayanan sudah sesuai dengan standar operasional prosedur (SOP) Perusahaan. Mereka melayani dengan baik, karena sebelum diterima bekerja di Chandra selain diperiksa riwayat hidup dan pengalamannya saat melamar. Pihak perusahaan juga memberikan pelatihan secara baik verbal maupun non-verbal bagi para calon pegawai, bahkan pada hari cuti panjang ada yang tetap bekerja.”

Berdasarkan wawancara tersebut Chandra Superstore cabang Pringsewu berusaha memberikan pelayanan yang maksimal kepada pelanggan dengan memilih pegawai yang sesuai standar dan memberikan para calon pegawai pelatihan terlebih dahulu. Seperti yang disampaikan oleh Ibu Ana kepada peneliti yaitu:¹⁸

“Secara keseluruhan pelayanannya sudah bagus tapi pas ada kendala lagi atau pada waktu tertentu pegawainya kurang ramah tapi saya maklumi mungkin karena lelah bekerja seharian.”

⁴² *Ibid.*,

Hal ini juga serupa disampaikan oleh Ibu Kati kepada peneliti, yaitu:⁴³

“Kinerja pegawainya menurut saya sudah bagus, mereka melayani dengan baik.”

b. *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Daya Tanggap dalam penelitian ini adalah sikap kesediaan dan kemampuan penyedia memberikan layanan untuk membantu para pengguna layanan dan merespon permintaan segera dan cepat. Kecepatan sikap dari petugas dalam memberikan pelayanan merupakan sikap tanggap pegawai.

Tanggap dalam penelitian ini adalah sikap cepat merespon dan dan melayani pengguna layanan. Tanggap disini difokuskan pada sikap cepat pegawai dalam menanggapi kebutuhan serta keluhan pengguna layanan. Seperti yang disampaikan Bapak Rahmat kepada peneliti, yaitu:

“Kami selalu berusaha yang terbaik dalam menangani masalah seperti keluhan pelanggan. Tetapi pihak Chandra akan menampung dulu keluhan-keluhan dari pelanggan, baru kita akan memperbaiki satu per satu keluhan dari pelanggan. Ya biasanya pelanggan itu melaporkan dulu keluhannya di kantor cabang dan setelah pelaporan tersebut.”

Dari hasil wawancara tersebut dapat diketahui Chandra dapat menyelesaikan keluhan yang disampaikan pelanggan. Dapat berkomunikasi dengan baik dalam menyelesaikan masalah dan berusaha memperbaiki masalah-masalah yang dihadapi pelanggan.

⁴³ Wawancara dengan Rahmat, Pelanggan Chandra Store cabang Pringsewu, Tanggal 20 Maret 2022.

c. *Assurance* (Jaminan)

Jaminan dalam penelitian ini adalah berkenaan dengan pengetahuan, kesopanan dan kemampuan pegawai dalam menumbuhkan rasa percaya dan keyakinan. Pengetahuan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah segala sesuatu yang dimiliki oleh pegawai mulai dari keterampilan, informasi, pemikiran-pemikiran dan lain-lain yang diterapkan dalam pekerjaannya masing-masing dengan tugas pokok dan fungsi sehingga dapat memberikan pelayanan yang maksimal kepada pengguna layanan.

Kesopanan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah sikap sopan dan dipercaya dari pegawai dalam menjalankan tugas serta memberikan pelayanan sehingga pengguna layanan dapat merasa nyaman dan puas saat berbeda menerima pelayanan dari pegawai. Seperti yang disampaikan oleh Bapak Rahmat kepada peneliti, yaitu:

“Pegawai yang ditempatkan di bagian pelayanan sebelumnya sudah melakukan pelatihan terlebih dahulu sebelum berhadapan langsung dengan pelanggan. Kami ingin pegawai memiliki pengetahuan lebih sehingga memudahkan pelanggan saat bertanya dan dapat memahami apa yang dibutuhkan pelanggan. Sedangkan untuk dalam hal berpakaian kami menetapkan aturan memakai seragam dan selalu berpakaian rapi. Karena di bagian pelayanan sama saja dengan cerminan Perusahaan, jika pegawai berpakaian rapi maka para pelanggan akan beranggapan pegawai memiliki sopan dan santun yang baik. Terpenting dalam menyambut dan memberi penyampaian informasi pada pelanggan harus menggunakan kata-kata halus.

d. *Emphaty* (Perhatian)

Perhatian dalam penelitian ini adalah perhatian yang diberikan secara pribadi atau individu terhadap pelanggan. Perhatian tersebut meliputi komunikasi yang baik, dalam melakukan hubungan atau interaksi, perhatian dalam memenuhi kebutuhan pelanggan. Komunikasi dalam penelitian ini adalah dimana pegawai mampu berkomunikasi secara efektif dengan pelanggan sehingga dapat tersampaikan dengan baik dan dapat dimengerti dan dipahami oleh pelanggan. Komunikasi sangat penting dalam proses pelayanan agar segala informasi yang tidak dipahami oleh pelanggan.

Kemudahan dalam melakukan berhubungan yang dimaksudkan disini adalah tidak ada hambatan yang terjadi pada saat pelanggan akan berinteraksi dengan pihak pegawai. Seperti yang telah disampaikan oleh Bapak Rahmat kepada peneliti, yaitu:²⁹

“Dalam memberikan pelayanan, kami berusaha memberi pelayanan yang diharapkan oleh pelanggan. Kami berusaha memberi perhatian agar pelanggan merasa senang. Ya, kami juga selalu berusaha menjaga komunikasi yang baik dengan pelanggan mas, dengan komunikasi yang baik maka pelanggan dapat mengutarakan kekurangan pelayanan kita, kami selalu menerima saran dan kritik dari pelanggan sehingga kita dapat mengevaluasinya agar kami bisa memberikan pelayanan yang benar-benar prima.”

Berbeda dengan yang disampaikan oleh Ibu Ana kepada peneliti, yaitu:³⁰

“Kalau komunikasi tergantung pegawainya, saya melihat cara menjawabnya asyik atau tidak. Jika asyik kan enak saya mau tanya-tanya, tapi kalau tidak seperti

memberi jawaban hanya seadanya saja saya jadi sungkan mau tanya-tanya lebih jauh.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah peneliti lakukan tersebut dapat disimpulkan bahwa kemampuan pegawai dalam berkomunikasi belum optimal hal ini dikarenakan ada pegawai yang belum bersikap ramah terhadap pelanggan yang ingin bertanya masalah yang dihadapi oleh pelanggan. Sudah seharusnya menjadi hal wajib bagi pegawai pelayanan publik untuk dapat berkomunikasi dengan baik agar memudahkan pelanggan dalam hal yang kurang dimengerti.

e. *Tangible* (Bukti Fisik)

Bukti fisik dalam penelitian ini mencakup seperti penampilan fisik seperti pelayanan yang diberikan oleh pemberi layanan yang dalam hal ini adalah Perusahaan, ketersediaan sarana dan prasarana yang diberikan oleh pihak pemberi layanan, pegawai yang bertugas memberi pelayanan serta sarana komunikasi yang disediakan pemberi layanan kepada pengguna layanan. Penampilan fisik dan ketersediaan sarana prasarana dalam perusahaan. Penampilan fisik yang dimaksud dalam penelitian ini adalah bentuk fisik yang diberikan oleh pemberi layanan ke penerima layanan. Termasuk kondisi ruangan yaitu ruang tunggu dan pendingin ruangan, loket pelayanan dan penampilan pegawai. Ruangan yang nyaman terdapat ruang tunggu yang bersih dan pendingin ruangan.

Sarana dan prasarana yang dimaksud dalam penelitian ini adalah segala sesuatu yang digunakan untuk menunjang kegiatan proses pelayanan. Sarana dan prasarana disini mencakup ketersediaan tempat area parkir di loket pembayaran. Seperti yang disampaikan oleh Bapak Rahmat kepada peneliti, yaitu:

“Untuk loket pembayaran di kantor pusat sudah disediakan ruangan ber-AC dan ruang tunggu yang bersih demi kenyamanan para pelanggan. Sedangkan untuk yang di beberapa cabang kami sediakan AC dan ruang tunggu standar dari kantor supaya para pelanggan nyaman.”

Dari hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa Perusahaan sudah berusaha semaksimal mungkin untuk memberikan pelayanan dan kenyamanan kepada pelanggan dengan menyediakan tempat yang nyaman.





BAB IV

ANALISA DATA

A. Analisis Pelaksanaan Manajemen Pelayanan Pada

Dalam menciptakan kepercayaan pelanggan, maka timbul penerapan manajemen pelayanan dengan menggunakan analisis *Service Quality (SERVQUAL)* sehingga pelayanan yang diberikan dapat berjalan lancar. Untuk mengetahui bagaimana penerapan manajemen pelayanan yang telah dilakukan oleh Chandra. Peneliti menggunakan teori dengan indikator kualitas pelayanan publik, yaitu:

1. Reliability

Indikator *Reliability* atau kehandalan yang dimaksudkan disini adalah kemampuan pegawai dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan. Kemampuan pegawai dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan sangat akurat dan memuaskan seperti yang diharapkan oleh pengguna layanan dapat dilaksanakan dengan baik sehingga pengguna layanan dapat merasakan kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan oleh pihak chandra

Pelayanan kepada pengguna layanan sudah sepenuh hati dalam melayani. Dalam hal ini kemampuan pegawai dalam memenuhi kebutuhan pengguna layanan dan ketepatan dalam pemberian pelayanan sudah sepenuh hati sehingga membuat pengguna layanan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pegawai.

Dalam hasil pengamatan peneliti saat berada ditempat penelitian, melihat bahwa dalam indikator

Reliability berjalan dengan baik, hal ini dilihat dari pegawainya yang melayani dengan baik.

2. *Responsiveness*

Responsiveness atau daya tanggap dalam penelitian ini adalah mendeskripsikan tentang sikap kesediaan dan kemampuan penyedia layanan yang dalam hal ini pegawai untuk membantu para pengguna layanan dan merespon permintaan mereka dengan cepat dan segera. Kecepatan sikap dari petugas dalam memberikan pelayanan merupakan sikap tanggap dari pegawai.

Daya tanggap pegawai dalam pemberian pelayanan kepada pelanggan serta kemauan pegawai dalam menangani masalah pelanggan kurang ditanggapi dengan maksimal. Hal ini disebabkan respon pegawai terhadap pelanggan kurang cepat.

Dalam pengamatan peneliti saat berada ditempat penelitian melihat bahwa memang indikator *Responsiveness* kurang berjalan maksimal, karena dalam hal ketanggapan pegawai dalam memberikan pelayanan terkadang masih berjalan lamban yang seharusnya dalam mengatasi keluhan harus menanggapi dengan baik. Sebab kurangnya pegawai untuk menangani semua keluhan pelanggan, solusinya pihak chandra harus menambah SDM lagi untuk mengatasi semua keluhan pelanggan dengan cepat.

3. *Assurance*

Assurance atau jaminan dalam penelitian ini adalah pengetahuan, kesopanan, dan kemampuan pegawai dalam menumbuhkan rasa percaya dan

keyakinan. Kesopanan serta kemampuan pegawai dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan sudah baik. Dalam hasil pengamatan yang dilakukan peneliti saat berada ditempat penelitian melihat bahwa indikator *Assurance* di Perusahaan sudah sesuai dengan aturan.

4. *Emphaty*

Emphaty atau perhatian dalam penelitian ini adalah yang diberikan secara individu terhadap pelanggan dengan menempatkan dirinya pada situasi pelanggan. *Emphaty* tersebut meliputi komunikasi dengan baik, kemudahan dalam melakukan hubungan, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan pelanggan. Komunikasi, kemudahan, dan perhatian yang diberikan pegawai dalam memberikan pelayanan sudah ramah. Dalam pelayanan hal yang paling penting adalah komunikasi yang baik guna untuk menciptakan kepuasan pelanggan.

Dalam pengamatan yang dilakukan peneliti saat berada di tempat penelitian, melihat bahwa indikator *Emphaty* sudah diberikan secara maksimal kepada pelanggan. Misal dalam menghubungi pegawai saat jam kerja, pegawai sudah siap untuk kepentingan dan kebutuhan pelanggan. Dari hasil pengamatan peneliti serta jawaban informan tentang indikator *Emphaty* bahwa kemampuan berkomunikasi pegawai dalam melayani sudah bersikap ramah.

5. *Tangibles*

Tangibles atau bukti fisik dalam penelitian ini mencakup beberapa sub indicator seperti penampilan fisik dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi

layanan yang dalam hal ini adalah pegawai, ketersediaan sarana dan prasarana yang disediakan oleh pihak pemberi layanan, dan pegawai yang bertugas memberikan pelayanan serta sarana komunikasi kepada pengguna layanan.

Pelayanan Perusahaan yang terkait dengan *Tangibles* (bukti fisik). Dalam proses pelayanan terlihat sudah baik, hal ini dikarenakan penampilan fisik seperti ketersediaan sarana dan prasarana yang memadai sehingga pengguna layanan merasa nyaman.

Dari pengamatan yang dilakukan saat peneliti berada ditempat penelitian melihat bahwa dalam indikator *Tangibles* yang mencakup sarana dan prasarana yang sudah memadai. tempat duduk untuk mengantri tersedia dan loket antrian pelanggan yang tersedia saat ini cukup luas. Dari hasil pengamatan yang dilakukan peneliti saat berada ditempat dan berdasarkan jawaban dari informan tentang indikator *Tangibles* menunjukkan sudah memadai.

Kesimpulan dari indikator-indikator kualitas pelayanan yang ada di Chandra cabang Pringsewu, yaitu kehandalan dalam melakukan pelayanan yang diberikan pihak Chandra kepada pelanggan sudah baik. Respon pihak Chandra terhadap keluhan pelanggan ditanggapi secara maksimal. Kesopanan pegawai sudah sesuai dengan aturan, sehingga pelanggan nyaman melihatnya. Kemampuan berkomunikasi pegawai dalam melayani pelanggan bersikap ramah terhadap pelanggan menyampaikan keluhan. Sarana dan prasana yang tersedia masih memadai. Contohnya: Tempat duduk pelanggan yang tersedia luas dan banyak.

B. Analisis Dampak Penerapan Manajemen Pelayanan Pada

Setelah melakukan proses pemberian pelayanan, maka pihak Chandra harus mulai melakukan tahap pengawasan atau mengevaluasi terhadap pelayanan yang telah dilaksanakan, menurut Atep Adya Barata bila kinerja pelayanan ini dikaitkan dengan harapan (*Expectation*) dan kepuasan (*Satisfaction*) maka gambarnya adalah sebagai berikut:

1) Kinerja < Harapan (*Performance < Expectation*)

Bila kinerja layanan menunjukkan keadaan di bawah harapan pelanggan, maka pelayanan kepada pelanggan dapat dianggap tidak memuaskan.

2) Kinerja = Harapan (*Performance = Expectation*)

Bila kinerja layanan menunjukkan sama atau sesuai dengan yang diharapkan pelanggan, maka pelayanan dianggap memuaskan, tetapi tingkat kepuasannya adalah minimal karena pada keadaan seperti ini dapat belum dianggap keistimewaan layanan. Jadi pelayanan dianggap biasa atau wajar-wajar saja.

3) Kinerja > Harapan (*Performance > Expectation*)

Bila kinerja layanan menunjukkan lebih dari yang diharapkan pelanggan, maka pelayanan dianggap istimewa atau sangat memuaskan karena pelayanan yang diberikan ada pada tahap yang optimal.

Chandra Cabang Pringsewu dalam menangani keluhan pada pelanggan sesuai dengan teori, yang mana chandra melayani pelanggan dengan baik yaitu dengan cara melayani keperluan belanja pembeli dengan ramah dan sopan.

Dampak adalah pengaruh suatu kegiatan yang

bersifat objektif. Dampak merupakan sebuah konsep pengawasan internal sangat penting, yang dengan mudah dapat diubah menjadi sesuatu yang dipahami dan ditanggapi secara serius oleh manajemen.

Dampak juga bisa merupakan proses lanjutan dari sebuah pengambilan keputusan. Seseorang yang handal sudah selayaknya bisa memprediksi jenis dampak yang akan terjadi atas sebuah keputusan yang akan diambil. Dampak dapat dibagi dalam dua bagian yaitu:

1) Dampak positif

Dampak Positif berarti pengaruh dan akibat yang ditimbulkan oleh suatu pengambilan keputusan atau tidak mengakibatkan sesuatu yang merugikan bagi sesama manusia, lingkungan alam sekitar atau lingkungan alam, ataupun sesuatu yang berhubungan bisa mengakibatkan kerugian bagi pihak yang lain. Dampak positif berarti pengaruh dan akibat yang ditimbulkan oleh suatu pengambilan keputusan akan menguntungkan bagi sesama manusia dan lingkungan alam sekitarnya.

2) Dampak Negatif

Dampak negatif berarti pengaruh dan akibat yang ditimbulkan oleh suatu pengambilan keputusan akan mengakibatkan sesuatu yang tidak baik terhadap sesama manusia dan lingkungan alam sekitarnya, ataupun pengambilan keputusan itu mengakibatkan kerugian bagi sesama manusia ataupun lingkungan alam sekitar yang akan berakibat kerugian besar dikemudian hari. Terdapat empat unsur penting menurut Barata dalam proses pelayanan publik, yaitu:

- a) Penyedia layanan, yaitu pihak yang dapat memberikan suatu layanan tertentu kepada

konsumen, baik berupa layanan dalam bentuk penyediaan dan penyerahan barang (*Goods*) atau jasa (*Service*).

- b) Penerima layanan, yaitu mereka yang disebut sebagai konsumen (*Customer*) yang menerima berbagai layanan dari penyedia layanan.
- c) Jenis layanan, yaitu layanan yang dapat diberikan oleh penyedia layanan kepada pihak yang membutuhkan layanan.
- d) Kepuasan pelanggan, dalam memberikan layanan penyedia layanan harus mengacu pada tujuan utama pelayanan, yaitu kepuasan pelanggan. Hal ini sangat penting dilakukan karena tingkat kepuasan yang diperoleh oleh pelanggan itu biasanya sangat berkaitan erat dengan standar kualitas barang dan jasa yang mereka nikmati.

Dapat diketahui dari hasil wawancara dengan narasumber bahwa pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan masih berdampak positif terhadap Perusahaan. Sedangkan pelanggan sudah puas secara maksimal dari pelayanan yang telah diberikan.

Oleh karena itu Chandra dalam melakukan pelayanan sudah menerapkan teori secara optimal. Dan dampak yang dirasakan oleh pelanggan cukup banyak. Penanganan dalam mengatasi keluhan pelanggan ini terealisasi dengan baik sesuai dengan teori, sehingga keluhan pelanggan dapat teratasi secara maksimal.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pelaksanaan manajemen pelayanan pada Chandra store cabang Pringsewu adalah:
 - a. Kehandalan dalam melakukan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sudah baik. pegawai yang bekerja dengan sepenuh hati dalam melayani pelanggan.
 - b. Respon keluhan pelanggan ditanggapi secara maksimal.
 - c. Kesopanan pegawai sudah sesuai dengan aturan, sehingga pelanggan nyaman melihatnya.
 - d. Kemampuan berkomunikasi pegawai dalam melayani pelanggan bersikap ramah terhadap pelanggan.
 - e. Sarana dan prasana yang tersedia memadai. Misalnya: tempat duduk pelanggan yang sudah banyak.
2. Dampak penerapan pelayanan pada Perusahaan yaitu sudah optimalnya dalam penanganan keluhan.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas peneliti memberikan saran untuk dijadikan sebagai bahan masukan atau pertimbangan untuk meningkatkan penerapan manajemen

pelayanan pada Chandra cabang Pringsewu adapun sarannya, yaitu:

1. Untuk Perusahaan harus lebih mengembangkan keahlian pegawai menangani keluhan atau pelayanan terhadap pelanggan secara optimal dan perlu menambah SDM untuk penanganan keluhan pelanggan. Sehingga dapat membangun *image* yang baik dan professional terhadap kinerja sehingga pelanggan merasa puas terhadap pelayanannya.
2. Agar setiap aktivitas yang diterapkan di Perusahaan khususnya dalam penanganan keluhan pelanggan supaya bisa mencapai hasil yang maksimal sehingga pelanggan merasa puas secara optimal, maka pengawasan atau mengevaluasi kinerja dan kualitas Chandra harus diterapkan dengan tepat dan benar.



DAFTAR PUSTAKA

- A.S Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2008).
- Abdul Kadir Muhammad, *Hukum dan Penelitian Hukum* (Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2004).
- Abdul Rosyad Saleh, *Manajemen Dakwah Islam* (Jakarta: Bulan Bintang,1993).
- Abdul warits, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penerpan Prinsip-Prinsip Syariah Terhadap Minat Konsumen Hotel Syariah*, (Skripsi: IAIN WS. 2009).
- Abdulrahman Fathoni, “*Metodologi Penelitian dan teknik penyusunan skripsi*”, (Jakarta: Rineka Cipta).
- Daryanto dan Ismanto Setya budi, *konsumen dan Pelayanan Prima*, (Yogyakarta: GAYA MEDIA, 2014).
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Ke Tiga*.
- Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa Edisi Keempat*,(Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2011).
- Johan Arifin, *Fikih Perlindungan Konsumen*,(Semarang: Rasail,2007).
- Kasmir, *Etika Costumer Service* (Jakarta: PT Raja Gravindo Persada, 2005).
- Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran*,(Jakarta: PT. Erlangga,2009).

- Lupiyoadi Rambat, *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktek*, (Jakarta: PT.Salemba 4, 2004).
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi ke Dua*, (Jakarta: Salemba Empat,2006).
- M. Karabet Wijaya Kusuma dan Ismail Yusanto, *Pengantar Manajemen Syara, Khairul Bayan* (Jakarta:2003).
- M. Nasir “*Metode Penelitian*” (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1998).
- Malayu S.P. Hasibuan, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2005).
- Malayu S.P. Hasibuan. *Manajemen Dasar, pengertian, dan Masalah* (Jakarta: Bumi Aksara, 2009).
- Muhammad Adam, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2005).
- Philip kottler & Keller, *Manajemen Pemasaran* (13 ed.)(Jakarta: Erlangga, 2008).
- Rambat Lupiyadi, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Salemba: Jakarta,2008).
- Ratmiko & Atik Septi Winarsih, *Manajemen Pelayanan* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Rina Dwiastuti, Agustina Shinta, Riyanti Isaskar, *Ilmu Perilaku Konsumen*, (Malang: Universitas Brawijaya Press(UB Press), 2012)
- Rosady Ruslan, “*Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi*”, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010).
- Soekarno, *Dasar-dasar Manajemen*, (Jakarta: Miswar, 1986).

- Sugiono, “*Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*”, (CV, Alfabeta cet. Ke-7 april 2009).
- Suharsimi Arikunto, “*Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktek*”, Edisi Revisi V, (Jakarta: Renika Cipta, 2002).
- Supranto, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Menaikkan Pangsa Pasar*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2001).
- Susiadi AS, *Metodelogi Penelitian*, (Lampung : LP2M IAIN Raden Intan Lampung, 2015)
- Sutedja, Wira, *Panduan Layanan Konsumen*, (Jakarta: PT. Grasindo, 2007).
- Terry dan Leslie, *Dasar-Dasar Manajemen* (Jakarta: Bumi Aksara, 2013).
- Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen jilid 2*, (Jakarta: Binarupa Aksara, 1995).







KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
PUSAT PERPUSTAKAAN

Jl. Letkol H. Endro Suratmin, Sukarame I, Bandar Lampung 35131
Telp. (0721) 780887-74531 Fax. 780422 Website: www.radenintan.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor: B-5797/Un.16/P1/KT/X/2022

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Dr. Ahmad Zarkasi, M. Sos. I
NIP : 197308291998031003
Jabatan : Kepala Pusat Perpustakaan UIN Raden Intan Lampung
Menerangkan bahwa artikel ilmiah dengan judul

**MANAJEMEN PELAYANAN CHANDRA DEPARTEMEN STORE PRINGSEWU
DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN**

NAMA	NPM	FAK/PRODI
Ria Indera	1541030184	FDIK/MD

Bebas plagiasi sesuai dengan tingkat kemiripan sebesar 20% . Dan dinyatakan lulus dengan bukti terlampir.

Demikian Keterangan ini kami buat, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Bandar Lampung, 02 Desember 2022
Kepala Pusat Perpustakaan



Dr. Ahmad Zarkasi, M. Sos. I
NIP. 197308291998031003

Ket:

1. Surat Keterangan Cek Turnitin ini Legal & Sah, dengan Stempel Asli Pusat Perpustakaan.
2. Surat Keterangan ini Dapat Digunakan Untuk Repository
3. Lampirkan Surat Keterangan Lulus Turnitin & Rincian Hasil Cek Turnitin ini di Bagian Lampiran Skripsi Untuk Salah Satu Syarat Penyebaran di Pusat Perpustakaan



manajemen pelayanan chandra departemen store pringsewu dalam meningkatkan kepuasan pelanggan

ORIGINALITY REPORT

19%	19%	4%	6%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.radenintan.ac.id Internet Source	10%
2	123dok.com Internet Source	1%
3	docobook.com Internet Source	1%
4	id.123dok.com Internet Source	1%
5	repo.iain-tulungagung.ac.id Internet Source	1%
6	repository.stikes-bhm.ac.id Internet Source	1%
7	Submitted to Universitas Tidar Student Paper	<1%
8	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	<1%

semadif.flipmas-legowo.org

9	Internet Source	<1 %
10	Submitted to Universitas Sebelas Maret Student Paper	<1 %
11	www.scribd.com Internet Source	<1 %
12	Submitted to Binus University International Student Paper	<1 %
13	Submitted to UIN Raden Intan Lampung Student Paper	<1 %
14	id.berita.yahoo.com Internet Source	<1 %
15	Nina Sakinah, Eka Purwanti, Siti Jamilah. "Optimalisasi Pembangunan Sektor Pertanian Indonesia dengan Menggunakan Sharia Agraria Manajement Organization (SAMO)", Perisai : Islamic Banking and Finance Journal, 2018 Publication	<1 %
16	anzdoc.com Internet Source	<1 %
17	es.scribd.com Internet Source	<1 %
18	pt.scribd.com Internet Source	<1 %

19 repository.iainkudus.ac.id <1 %
Internet Source

20 repository.uinbanten.ac.id <1 %
Internet Source

Exclude quotes On

Exclude matches < 1 words

Exclude bibliography Off



