

Kepuasan Layanan Dalam Perspektif Islam (Studi Empiris pada Usaha Cuci Mobil Tasmin Mojokerto)

M. Adi Trisna Wahyudi¹, Nadia Armadani²

^{1,2} Universitas Hasyim Asyari Tebuireng

*Corresponding Author: trisnaitna@gmail.com, nadiaarma432@gmail.com

ARTICLE INFO

Article history:

Received 09-01-2023

Revised 10-01-2023

Accepted 31-01-2023

Keywords:

Kepuasan pelanggan;
Pelayanan usaha; Cuci
mobil

ABSTRACT

This study aims to illustrate how service satisfaction is an Islamic perspective on car wash businesses. Researchers collect data by means of interviews and documentation. The subject of this study was Mr. Tasmin's car wash business in Mojokerto. The data analysis technique used was to use the concept of Miles and Huberman. The research findings produced by researchers are that customers feel comfortable if the price set is more affordable and the employee's attitude or actions to the customer seem good.

© 2023 The Author(s)

DOI: <https://doi.org/10.15642/jim.v3i1.1116>

PENDAHULUAN

Perkembangan industri otomotif di Indonesia terus meningkat terutama untuk sector kendaraan roda empat, sudah berada pada posisi penjualan terbesar ke 177 di duni pada tahun 2018, berdasarkan penjualan priode Januari sampai Desember 2018, Pertumbuhan pasar industry otomotif mencapai 7% dari data Gabungan Agen Tunggal Industri Kendaraan Bermotor Indonesia [1]. Adanya pertumbuhan penjualan kendaraan roda empat, diperkirakan akan memberikan dampak positif pada industri cuci mobil pada tahun – tahun yang akan datang. Peluang industri jasa cuci mobil ini terbilang sangat baik karena sebagian besar jasa cuci mobil di kota – kota besr yang dilengkapi fasilitas lengkap teruji standartnya, selalu di dapati oleh konsumen yang rela antri untuk mencuci mobilnya. Banyak ragam fasilitas – fasilitas penunjang yang ditawarkan dan disediakan oleh penyedia jasa cuci mobil ditunjukkan untuk meningkatkan kepuasan konsumen atas pelayanan yang diberikan [2].

Banyak kasus, sering kali konsumen mengeluhkan hasil kendaraan kurang bersih, tidak sesuai dengan keinginan konsumen, merasa kurang nyaman saat menunggu di ruang tunggu, dan tidak jarang pula mobil terdapat luka gores akibat prosedur pencucian yang

tidak dilakukan dengan baik. Konsumen hanya bisa menilai berdasarkan kelayakan yang mereka dapatkan [3]. Persepsi konsumen terkait kelayakan layanan cenderung tergantung pada biaya yang dibayarkan, serta iming – iming dari promosi di awal yang di berikan oleh penyedia jasa cuci mobil. Kepuasan pelayanan sangatlah penting bagi industri jasa. Hal tersebut bermanfaat untuk menarik dan mempertahankan konsumen setia [4].

Kepercayaan akan terbentuk ketika konsumen merasa puas dengan hasil dan Kepuasan layanan yang di berikan oleh penyedia jasa. Jika konsumen merasa puas dengan hasil dan Kepuasan yang di berikan oleh penyedia layanan, maka tidak hanya akan menggunakan jasa cuci mobil tersebut kembali, tetapi konsumen juga akan merekomendasikan jasa cuci mobil tersebut kepada kerabat atau orang lain. Pelayanan yang baik dari suatu usaha akan membuktikan usaha tersebut bermutu baik, salah satu cara untuk menarik pelanggan dan memenangkan persaingan adalah dengan memberikan jasa pelayanan yang sesuai dengan keinginan pelanggan yang dapat memberikan kepuasan. Kepuasan memberikan pengaruh terhadap pelanggan. Peran karyawan adalah melayani pelanggan dengan baik khususnya dalam kepuasan kerja karyawan. Apabila ada rasa kenyamanan terhadap tempat, lingkungan dan pelayanan. Jika terpenuhinya kebutuhan dan menimbulkan rasa senang dan kepuasan, pelanggan akan datang kembali [5].

Seiring hal tersebut Sunardi (2014) menyatakan jika Kepuasan Pelayanan Perspektif Islam, Allah telah berfirman dalam Alqur'an Surah Al-Baqarah Ayat 267 sebagai berikut. Artinya: *"Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kamu keluarkan dari bumi untuk kamu dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu nafkahkan darinya padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji"* (QS, Al-Baqarah (2): 267). Ayat tersebut menegaskan bahwa Islam sangat memerhatikan sebuah pelayanan yang berKepuasan, memberikan yang baik, dan bukan yang buruk. Thorik G dan Utus H (2006: 77) menjelaskan bahwa pelayanan yang berKepuasan bukan hanya mengantar atau melayani melainkan juga mengerti, memahami, dan merasakan. Dengan demikian maka penyampaian akan sampai pada heart share dan memperkokoh posisi di dalam mind share konsumen. Adanya kedua unsur tersebut, tentu loyalitas konsumen semakin kokoh pula.

Pelayanan tersebut berhubungan dengan sumber daya manusia meningkatkan kontribusi manusia (karyawan) terhadap organisasi dalam rangka mencapai produktivitas yang bersangkutan. Tujuan ini dijabarkan dalam 4 tujuan yang lebih operasional

diantaranya: a) Tujuan masyarakat (*Societal Objective*) yaitu untuk bertanggung jawab secara sosial dalam hal kebutuhan dan tantangan – tantangan yang timbul di masyarakat. Suatu organisasi yang berada ditengah – tengah masyarakat diharapkan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat; b) Tujuan organisasi (*Organization objective*) agar mengetahui manajemen sumber daya manusia itu perlu memberikan kontribusi terhadap penyalahgunaan organisasi secara keseluruhan. Manajemen sumber daya manusia bukanlah suatu tujuan dan akhir dari suatu proses, melainkan suatu perangkat untuk membantu tercapainya suatu tujuan organisasi secara keseluruhan; c) Tujuan fungsi (*Funcional objective*) yaitu setiap sumber daya manusia atau karyawan dalam organisasi itu menjalankan fungsinya dengan baik; d) Tujuan personal (*Personel Objective*) untuk membantu karyawan dalam mencapai tujuan pribadinya, dalam rangka pencapaian tujuan organisasinya [6].

Perlunya perencanaan sumber daya manusia dalam serangkaian kegiatan yang dilakukan guna mengantisipasi permintaan – permintaan (*demand*) bisnis dari lingkungan organisasi di waktu yang akan datang, serta agar dapat memenuhi kebutuhan – kebutuhan tenaga kerja yang ditimbulkan oleh kondisi – kondisi tersebut [7]. Dalam artian sempit, perencanaan sumber daya manusia berarti mengestimasi secara sistematis permintaan (kebutuhan) dan suplai tenaga kerja di waktu yang akan datang diantaranya: a) persediaan sumberdaya manusia; b) peramalan (perkiraan) suplai dan permintaan sumber daya manusia; c) rencana untuk menambah tenaga kerja yang bermutu; d) berbagai prosedur pengawasan dan evaluasi untuk memberikan umpan balik kepada system. Hal ini akan berdampak pada usaha yang telah dibangun dan pemilik usaha akan memperoleh beberapa keuntungan seperti: a) mengefektifkan penggunaan sumber daya manusia; b) menyesuaikan kegiatan tenaga kerja dengan tujuan organisasi; c) membantu program penarikan tenaga dari bursa atau pasaran tenaga kerja secara baik; d) pengadaan tenaga kerja baru secara ekonomis; e) dapat mengkoordinasikan kegiatan – kegiatan manajemen sumber daya manusia [8].

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kepuasan pelanggan pada pelayanan cuci mobil. Peneliti berfokus ppada tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan usaha cuci mobil yang mana pelanggan akan merasa nyaman dan pemilik usaha dapat meningkatkan mutu usaha mereka.

KAJIAN TEORI

Pelayanan

Lovelock dan Wright (2002) memaknai pelayanan sebagai kegiatan ekonomi yang menciptakan dan memberikan manfaat bagi pelanggan pada waktu dan tempat tertentu, sebagai hasil dan tindakan mewujudkan perubahan yang diinginkan dalam diri atau atas nama penerima jasa tersebut. Simorangkir (2008) melihat pelayanan lebih sebagai suatu tindakan kerja yang dilakukan seseorang atau orang lain yang bersedia untuk bekerja dan bertindak, penggunaan, bantuan, dan pemberitahuan atau publikasi. Adapun Kotler (2002) berpandangan bahwa pelayanan berupa tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menyebabkan kepemilikan apapun. Berdasarkan pengertian-pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa pelayanan merupakan bentuk kerja yang dilakukan oleh seseorang dan atau perusahaan untuk melakukan kerja sebagaimana yang dikehendaki seseorang atau suatu perusahaan yang tidak menyebabkan kepemilikan apapun.

Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen erat kaitannya dengan mutu layanan. Apabila kepuasan konsumen tinggi, hal itu berarti mutu layanan yang dirasakan konsumen sesuai atau bahkan lebih tinggi dari yang diharapkan konsumen. Jadi agar kepuasan konsumen dapat tercipta, perusahaan harus dapat memberikan dan menerapkan pelayanan yang bermutu pada konsumen- konsumennya. Kolter, Philip (2010) mengemukakan bahwa kepuasan konsumen melalui mutu layanan dapat ditingkatkan dengan beberapa pendekatan: (a) Memperkecil kesenjangan- kesenjangan yang terjadi antara pihak manajemen dan pelanggan, (b) Perusahaan harus mampu membangun komitmen bersama untuk menciptakan visi di dalam perbaikan proses pelayanan. (c) Memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk menyampaikan keluhan.

Pelayanan dalam perspektif

Pelayanan dalam Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa jangan memberikan yang buruk atau tidak bermutu, melainkan yang bermutu kepada orang lain. Hal ini tampak dalam Al-Quran surat Al-Baqarah ayat 267, yang menyatakan bahwa:

“Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu nafkahkan darinya padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketabuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji”. Menurut Gunara dan Hardianto (2006), pentingnya memberikan pelayanan yang bermutu disebabkan pelayanan (*Service*) tidak hanya sebatas mengantarkan atau melayani. *Service* berarti mengerti, memahami, dan merasakan sehingga penyampaiannya pun akan mengenai *Heart Share* konsumen dan pada akhirnya memperkokoh posisi dalam *Mind Share* konsumen. Dengan adanya *Heart Share* dan *Mind Share* yang tertanam, kepuasan konsumen pada produk atau usaha tidak akan diragukan.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan peneliti adalah metode kualitatif deskriptif dimana penulis mengetahui bagaimana Kepuasan pelayanan perspektif islam di cuci mobil. Subjek penelitian ini adalah usaha cuci mobil pak Tasmin di Mojokerto. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara dan dokumentasi. Analisis data menggunakan teknik Miles dan Huberman yang mana pada proses wawancara, dokumentasi dan observasi untuk menguatkan data dalam mendeskripsikan Kepuasan pelayanan perspektif islam.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Usaha cuci mobil pak Tasmin adalah usaha mandiri dengan biaya non pemerintah dimana model pelayanannya adalah *direct to direct* tanpa ada ikut campur Lembaga tertentu. Bahkan modal atau pendapatan yang didapat dikelola sendiri sehingga usaha itu memungkinkan untuk membuka cabang di tempat lain tergantung modal atau jumlah keuntungan yang didapat. Model pelayanan musaha ini dapat tercapai jika ada adanya dukungan atau support system dari beberapa pihak Lembaga pemerintah yang mengizinkan Lembaga tersebut berdiri sehingga pelanggan dapat menikmati hasil cucian yang bersih dan nyaman sesuai yang diinginkan pelanggan.

Tolok ukur kualitas pelayanan dalam Islam disebut dengan standardisasi *syariah*. Inilah yang kemudian dijadikan sebagai standar penilaian. Sebut saja yang pertama adalah daya tanggap (*responsiveness*) dan menepati komitmen sebagaimana disebut dalam Alqur'an Surah *Al Ma'idah* Ayat 1. Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, penuhilah janji-janji...”. profesional dalam bekerja, sebagaimana disebut dalam Alqur'an Surah *al-Insyirah* Ayat 7.

Artinya: “Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain)” yang perspektif ini selaras dengan upaya pelaksanaan pelayanan usaha tersebut kepada pelanggan oleh pemilik usaha Pak Tasmin sebagai pemilik cuci mobil yang berada di Mojokerto. Selain itu, karyawan yang rajin bekerja setiap hariya sebab karyawan tersebut berhubungan langsung dengan pelanggan dalam melayani pelanggan secara baik dan bijak.

Kedua; keandalan (*reliability*) sebagaimana dicontohkan Nabi Muhammad saw. dalam Alqur’an Surah alAhzāb Ayat 21. Artinya: “Sesungguhnya telah ada pada diri Rasulullah itu suri tauladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan yang banyak mengingat Allah” Proses mengelola SDM agar pelanggan merasa puas dalam hasil pencucian kendaraan mereka, maka diperlukan kesan positif pelanggan agar mereka merasa nyaman agar kelak pelanggan besar kemungkinan kembali lagi mencucikan mobilnya, Pelanggan mengakui bahwasanya hasil cuciaan bersih, dan akan meginformasikan kembali usaha tersebut kepada relasi mereka. Berikut hasil Pencatatan data pelanggan dengan menyebar angket di usaha cuci mobil pak Tasmin sebagai berikut:

Tabel 1. Rekap Kepuasan Pelanggan Cuci Mobil

Pernyataan	Nama	Pekerjaan
Biaya Terjangkau	1. M. Wasil 2. Achmat 3. Shodiq 4. Bagus 5. Asnani	Swasta Wiraswasta Swasta PNS Swasta
Pelayanan sederhana dan membuat nyaman	1. Sardi 2. Anis Styawan 3. Sudarman 4. Santoso	Pedagang Swasta Guru Swasta
Karyawan sopan	1. Denis 2. Deri 3. Dodi 4. Dedy 5. Didik	Swasta Satpam PNS Swasta Guru
Akan Menjadi pelanggan tetap	1. Mulyono 2. Nurholis 3. Ninik 4. Surti	Pedagang Swasta Guru Swasta
Karyawan memberikan pelayanan yang baik	1. Tio 2. Anshori 3. Iqbal 4. Deni	Swasta Montir Swasta Swasta

Fasilitasnya dapat membuat nyaman pengunjung	1. Ansori	Swasta
	2. Asri	Ibu rumah tangga
	3. Denis	Swasta
	4. Sutris	Swasta
	5. Pagiman	Supir
	6. Dia	Swasta
	7. Susi	Swasta
	8. Nani	Pedagang
	9. Doni	PNS
	10. Tatik	Ibu rumah tangga
	11. Susi	Pedagang
	12. Leti	Swasta
	13. Koko	Guru
	14. Bodi	Swasta
	15. Juni	Swasta
	16. Dodi	Karyawan
	17. Sutris	PNS
	18. Kiki	Karyawan
	19. Tutik	Swasta
	20. Tatik	Guru
	21. Susi	Swasta
	22. Jio	Dokter gigi
	23. Gimani	Swasta
	24. Lilis	Swasta
	25. Mimi	Ibu rumah tangga
	26. Oki	Guru
	27. Iki	PNS
	28. Uti	Pedagang
	29. Putri	Swasta
	30. Puput	Ibu rumah tangga
	31. Eko	Supir
	32. Toni	PNS
	33. Augy	PNS
	34. Ugy	Dokter

Berdasarkan kepuasan pelanggan dalam pelayanan karyawan mereka mengatakan bahwa mereka merasa puas terhadap kinerja karyawan serta harga yang ditetapkan sangat terjangkau sehingga beberapa masyarakat menengah keatas dan kebawah dapat mencuci kendaraanya tanpa mengeluarkan uang terlalu mahal. Sehingga cuci mobil ini dapat dikenal oleh beberapa lapisan masyarakat. Tingkat kepuasan pelanggan dapat dilihat dari seberapa sering mereka berkunjung dan memberikan uang lebih kepada karyawan. Hal ini sesuai dengan perspektif islam dapat diberikan berupa keamanan, kenyamanan, kejujuran dan sebagainya. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam Surah al-Syu'arā Ayat 181-182. Artinya: *“sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu merugikan orang lain dan timbanglah dengan timbangan yang benar”*. Usaha cuci mobil pak Tasmin memiliki kepuasan yang cukup terhadap kinerja karyawan, fasilitas serta harga yang terjangkau. Faktor- faktor tersebut akan meningkatkan tingkat nyaman pelanggan ketika berkunjung. Bapak Tasmin menyadari meski harga yang lumayan terjangkau, menurutnya bahwa patokan harga dan konsistensi karyawan melayani pelanggan mempengaruhi pelanggan untuk berkunjung kembali. Data

keuangan yang diperoleh oleh pihak pemilik berkisar dibawah UMR setiap harinya rata - rata Rp 100,000 ribu keuntungan yang didapat. Usaha cuci mobil ini mematok harga cuci sepeda motor berkisar 10,000- 15,000 rb, cuci mobil bekisar 25,000- 35,000 rb dan cuci sepeda 5,000-10,000 rb. Harga tersebut memungkinkan menarik pengunjung atau pelanggan berkunjung untuk mencuci kendaraanya.

Temuan penelitian ini adalah pengunjung atau pelanggan lebih tertarik pada harga yang terjangkau serta pelayanan yang dilakukan karyawan kepada pelanggan tersebut. Keramahan dan sikap karyawan akan membuat karyawan nyaman untuk datang atau berkunjung kembali.

SIMPULAN DAN SARAN

Dari serangkaian uji di atas, tulisan ini menyimpulkan beberapa hal sebagai berikut. Pertama; bahwa Kepuasan pelayanan yang berdasarkan perspektif islam menimbulkan kepercayaan, daya tanggap (*responsiveness*) dan perhatian (*emphaty*) dari pelanggan dan hal ini sangat memengaruhi tingkat kepercayaan pelanggan cuci mobil tersebut sebab usaha cuci mobil ini sangat tanggap dalam memahami keinginan donator dan sangat memerhatikan kebutuhan pelanggan yang pada *goalnya* nanti mereka akan kembali mencuci mobilnya di usaha ini sehingga akan dapat menambah pendapatan dari pemilik usaha.

DAFTAR RUJUKAN (12 pt, Garamond)

- [1] W. Afifi and Q. Aini, "CLUSTERING K-MEANS PADA DATA EKSPOR (STUDI KASUS: PT GAIKINDO), Simetris W. Afifi and Q. Aini, "CLUSTERING K-MEANS PADA DATA EKSPOR (STUDI KASUS: PT. GAIKINDO)," *Simetris J. Tek. Mesin, Elektro dan Ilmu Komput.*, vol. 11,no. 1, pp. 45–50, 2020.
- [2] P. Patricia, L. Krisantono, S. J. Darmawan, and S. Salim, "PENGARUH SERVICE QUALITY PADA JASA CUCI MOBIL DKI JAKARTA," *J. Ilm. Bisnis Dan Ekon. Asia*, vol. 14, no. 2, pp. 146–154, 2020
- [3] A. Giovanis, P. Athanasopoulou, and E. Tsoukatos, "The role of service fairness in the service quality–relationship quality–customer loyalty chain: An empirical study," *J. Serv. Theory Pract.*, 2015.
- [4] E. E. Izogo and I.-E. Ogba, "Service quality, customer satisfaction and loyalty in automobile repair services sector," *Int. J. Qual. Reliab. Manag.*, 2015.
- [5] E. E. Izogo, "Customer loyalty in telecom service sector: the role of service quality and customer commitment," *TQM J.*, 2017.
- [6] A. Rohman, "Buku Dasar-Dasar Manajemen." Intelegensia Media, 2017.
- [7] K. V Thai and G. Piga, *Advancing public procurement: practices, innovation and knowledge sharing*. PrAcademics Press Boca Raton, FL, 2007.
- [8] D. Rahdiyanta, "Teknik penyusunan modul," Artik. <http://staff.uny.ac.id/sites/default/files/penelitian/dr-dwi-rahdiyanta-mpd/20-teknik-penyusunan->

- modul. pdf. diakses, vol. 10, 2016.
- [9] L. Yuliana, S. Sugiyono, and K. Mehta, "A Comparative study in character education management models in Indonesia and India," *Harmon. Sos. J. Pendidik. IPS*, vol. 7, no. 2, pp. 170–182, 2020.
- [10] Sunardi, Sri Handayani, 2014. *Kepuasan Pelayanan dalam Islam dan Kepercayaan terhadap Lembaga Amil Zakat Infaq Sedekah Rumah Yatim Arrohman Indonesia*. ISLAMINOMIC JURNAL Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah.
- [11] Kotler, dkk. 2010. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: PT. Indeks.