

## BAB II KAJIAN PUSTAKA

### A. Tinjauan Pustaka

#### 1. Persepsi Masyarakat

##### a. Persepsi

##### 1) Pengertian Persepsi

Persepsi secara etimologi diartikan sebagai tanggapan (penerimaan) langsung dari sesuatu. Dalam pengertian lain persepsi ialah proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui panca inderanya.<sup>1</sup>

Secara umum Persepsi merupakan suatu proses yang didahului oleh proses penginderaan, yaitu proses diterimanya stimulus oleh individu melalui alat indera. Selanjutnya stimulus tersebut diteruskan dan proses selanjutnya merupakan proses persepsi. Karena itu proses penginderaan merupakan proses pendahulu dari proses persepsi. Stimulus yang diindra itu kemudian oleh individu diorganisasikan dan diinterpretasikan, sehingga individu menyadari, mengerti tentang apa yang diindra itu, dan proses inilah yang disebut persepsi.<sup>2</sup>

Menurut Kreitner dan Kinicki dalam bukunya wibowo, persepsi merupakan proses kognitif yang memungkinkan kita menginterpretasikan dan memahami sekitar kita. Dikatakan pula sebagai proses menginterpretasikan suatu lingkungan. Artinya orang harus mengenali objek untuk berinteraksi sepenuhnya dengan lingkungan mereka.

Sedangkan Menurut Robbins and Judge dalam bukunya wibowo, Persepsi adalah

---

<sup>1</sup> Tim Penyusus Kamus Besar Bahasa Indonesia, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1989), 675.

<sup>2</sup> Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi Umum*, (Yogyakarta : Andi, 2002), 69.

suatu proses yang mana individual mengorganisir dan menginterpretasikan tanggapan kesan mereka dengan maksud memberi makna pada lingkungan mereka, akan tetapi apa yang kita rasakan dapat berbeda secara substansial dari realitas objek.<sup>3</sup>

Dari beberapa pengertian mengenai persepsi diatas, maka dapat dikatakan bahwa pada hakikatnya persepsi merupakan suatu proses yang memungkinkan kita mengorganisir informasi dan menginterpretasikan kesan terhadap lingkungan sekitarnya. Melalui proses stimulus yang diterimanya melalui alat indera.

## 2) Persepsi dalam kajian Islam

Dalam bahasa Al-Qur'an beberapa proses dan fungsi persepsi dimulai dari proses penciptaan yang terdapat dalam QS.Al-Mukminun ayat 12-14, yaitu :

وَلَقَدْ خَلَقْنَا الْإِنْسَانَ مِنْ سُلَالَةٍ مِّنْ طِينٍ ﴿١٢﴾ ثُمَّ  
 جَعَلْنَاهُ نُطْفَةً فِي قَرَارٍ مَّكِينٍ ﴿١٣﴾ ثُمَّ خَلَقْنَا  
 النَّطْفَةَ عَلَقَةً فَخَلَقْنَا الْعَلَقَةَ مُضْغَةً فَخَلَقْنَا  
 الْمُضْغَةَ عِظْمًا فَكَسَوْنَا الْعِظْمَ لَحْمًا ثُمَّ أَنْشَأْنَاهُ  
 خَلْقًا آخَرَ فَتَبَارَكَ اللَّهُ أَحْسَنُ الْخَالِقِينَ ﴿١٤﴾

Artinya : “(12) dan Sesungguhnya Kami telah menciptakan manusia dari suatu saripati (berasal) dari tanah. (13) kemudian Kami jadikan saripati itu air mani (yang disimpan) dalam tempat yang kokoh (rahim). (14) kemudian air mani

<sup>3</sup> Wibowo, *Perilaku Dalam Organisasi* Edisi II, (Jakarta : RajaGrafindo Persada, 2016), 60.

itu Kami jadikan segumpal darah, lalu segumpal darah itu Kami jadikan segumpal daging, dan segumpal daging itu Kami jadikan tulang belulang, lalu tulang belulang itu Kami bungkus dengan daging. kemudian Kami jadikan Dia makhluk yang (berbentuk) lain. Maka Maha sucilah Allah, Pencipta yang paling baik.”<sup>4</sup>

Begitu juga halnya dalam QS. Al-An’am ayat 7, yaitu :

وَلَوْ نَزَّلْنَا عَلَيْكَ كِتَابًا فِي قِرْطَاسٍ فَلَمَسُوهُ  
بِأَيْدِيهِمْ لَقَالَ الَّذِينَ كَفَرُوا إِنَّ هَذَا إِلَّا  
سِحْرٌ مُّبِينٌ

Artinya : “Dan kalau kami turunkan kepadamu tulisan diatas kertas, lalu mereka dapat menyentuhnya dengan tangan mereka sendiri, tentulah orang-orang kafir itu berkata : ‘ini tidak lain hanyalah sihir yang nyata”.<sup>5</sup>

Ayat diatas terkait dengan kemampuan menyadari indra yang berhubungan sifat rangsang sentuhan. Dalam kisah nabi Yusuf as dan keluarganya, diceritakan kemampuan ayahnya, yaitu nabi Yakub as dalam merasakan kehadiran Yusuf hanya melalui

<sup>4</sup> Al-Qur’an terj, (Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2010), Surat Al-Mukminun, ayat :12-14.

<sup>5</sup> Al-Qur’an terj, Surat Al-An’am, ayat :7.

penciuman terhadap bau yusuf yang berasal dari baju yang dibawa kakak-kakak yusuf (QS. Yusuf ayat 94):

وَلَمَّا فَصَلَتِ الْعِيرُ قَالَ أَبُوهُمْ إِنِّي لَأَجِدُ رِيحَ  
يُوسُفَ لَوْلَا أَن تَفِنُّوْنَ ﴿٩٤﴾

Artinya : “Tatkala kafilah itu telah keluar (dari negeri mesir)berkata ayah mereka ; ‘sesungguhnya aku mencium bau yusuf, sekiranya kamu tidak menuduhku lemah akal (tentu kamu membenarkan aku)”<sup>6</sup>

Beberapa ayat lain juga mengungkapkan hal yang sama, antara lain :

a) Persepsi penginderaan fisik atau non fisik (QS. Fushilat ayat 53)

سُئِرِهِمْ ءَايَاتِنَا فِي الْأَفَاقِ وَفِي أَنْفُسِهِمْ حَتَّىٰ  
يَتَبَيَّنَ لَهُمْ أَنَّهُ الْحَقُّ ۗ أَوَلَمْ يَكْفِ بِرَبِّكَ أَنَّهُ  
عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ شَهِيدٌ ﴿٥٣﴾

Artinya : “Kami akan memperlihatkan kepada mereka tanda-tanda (kekuasaan) Kami di segala wilayah bumi dan pada diri mereka sendiri, hingga jelas bagi mereka bahwa Al Quran itu adalah benar. Tiadakah cukup bahwa sesungguhnya Tuhanmu menjadi saksi atas segala sesuatu?”<sup>7</sup>

<sup>6</sup> Al-Qur’an terj, Surat Yusuf, ayat :94.

<sup>7</sup> Al-Qur’an terj, Surat Fushilat, ayat : 53.

- b) Isytiflat, pengetahuan peristiwa yang berada jauh dari jangkauan (QS Yusuf ayat 94)

وَلَمَّا فَصَلَتِ الْعَيْرُ قَالَ أَبُوهُمْ إِنِّي لَأَجِدُ  
رِيحَ يُونُسَ لَوْلَا أَن تَفْنَدُونَ ﴿٩٤﴾

Artinya : “Tatkala kafilah itu telah keluar (dari negeri mesir)berkata ayah mereka ; ‘sesungguhnya aku mencium bau yusuf, sekiranya kamu tidak menuduhku lemah akal (tentu kamu membenarkan aku)”<sup>8</sup>

- c) Peristiwa fatamorgana yang dialami orang kafir sebagai bagian dari ilusi<sup>9</sup> (QS An Nur ayat 39)

وَالَّذِينَ كَفَرُوا أَعْمَلُوهُمْ كَسْرَابٍ بِقِيَعَةٍ تَحْسَبُهُ  
الْظَّمَّانُ مَاءً حَتَّى إِذَا جَاءَهُ لَمْ يَجِدْهُ شَيْئًا  
وَوَجَدَ اللَّهَ عِنْدَهُ فَوَفَّيَهُ حِسَابَهُ وَاللَّهُ سَرِيعُ  
الْحِسَابِ ﴿٣٩﴾

Artinya : “Dan orang-orang kafir amal-amal mereka adalah laksana fatamorgana di tanah yang datar, yang disangka air oleh orang-orang yang dahaga, tetapi bila didatanginya air itu dia tidak mendapatinya sesuatu

<sup>8</sup> Al-Qur’an terj, Yusuf, ayat :94.

<sup>9</sup> Ahmad Syahid, “Persepsi Pandangan Al-Qur’an”, Ahmad Syahid (Wordpress), 28 Mei 2017, <https://syahid14.wordpress.com/2017/05/28/persepsi-pandangan-al-quran-oleh-ahmad-syahid/>.

apapun. Dan didapatinya (ketetapan) Allah disisinya, lalu Allah memberikan kepadanya perhitungan amal-amal dengan cukup dan Allah adalah sangat cepat perhitungan-Nya.”<sup>10</sup>

### 3) Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi

Seperti yang telah dipaparkan sebelumnya bahwa dalam persepsi individu mengorganisasikan dan menginterpretasikan stimulus yang diterimanya, sehingga stimulus tersebut mempunyai arti bagi individu yang bersangkutan. Dengan demikian dapat dikemukakan bahwa stimulus merupakan salah satu faktor yang berperan dalam persepsi. Dan berkaitan dengan faktor-faktor yang berperan dalam persepsi, maka dapat dikemukakan bahwa ada beberapa faktor lain yang juga mempengaruhi terjadinya persepsi, yaitu :

#### a) Objek yang dipersepsi

Objek menimbulkan stimulus yang mengenai alat indera atau reseptor, stimulus dapat datang dari luar individu yang mempersepsikan, tetapi juga dapat datang dari dalam diri individu yang bersangkutan yang langsung mengenai syaraf penerima yang bekerja sebagai reseptor, namun sebagian besar stimulus datang dari luar individu.

#### b) Alat indera, Syaraf, dan Pusat Susunan Syaraf

Alat indera atau reseptor merupakan alat untuk menerima stimulus. Disamping itu juga harus ada syaraf sensoris sebagai alat untuk meneruskan stimulus yang diterima reseptor ke pusat susunan syaraf, yaitu otak sebagai pusat kesadaran. Sebagai alat

---

<sup>10</sup> Al-Qur'an terj, Surat An-Nur, ayat :39.

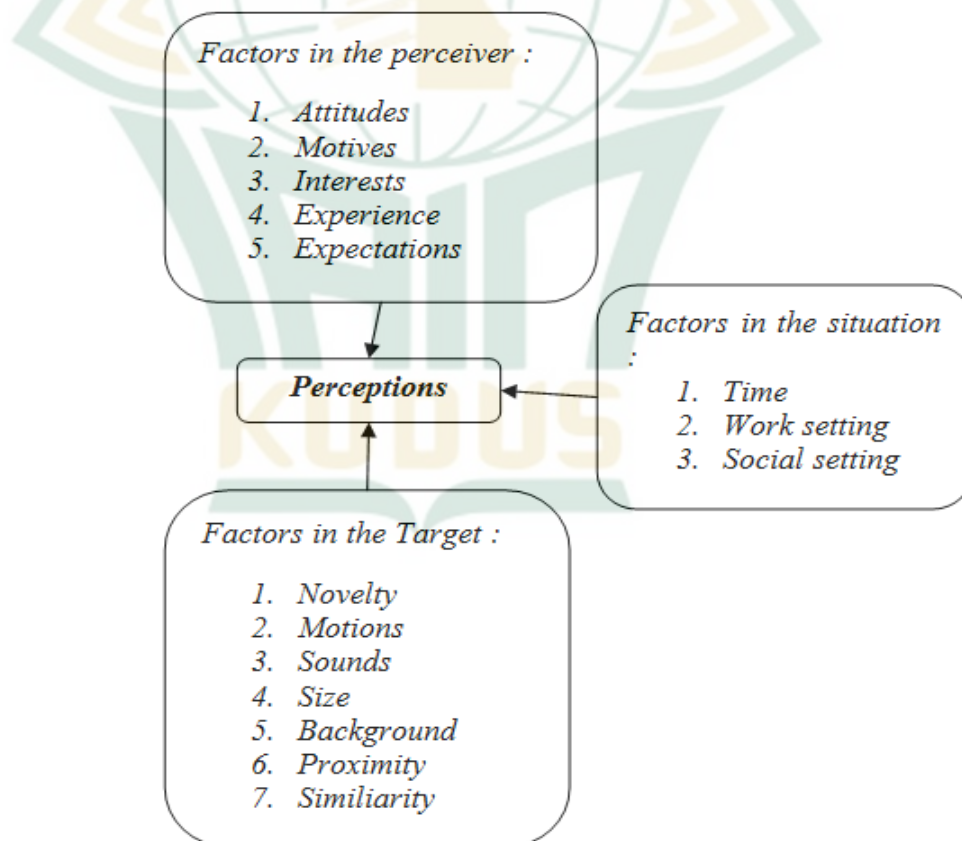
untuk mengadakan respon diperlukan syaraf motorik.

c) Perhatian.

Untuk menyadari atau untuk mengadakan persepsi diperlukan adanya perhatian, yaitu merupakan langkah pertama sebagai suatu persiapan dalam rangka mengadakan persepsi. Perhatian merupakan pemusatan atau konsentrasi dari seluruh aktivitas individu yang ditujukan kepada sesuatu atau sekumpulan objek.<sup>11</sup>

Faktor lain yang mempengaruhi persepsi ialah seperti pada gambar berikut :

**Gambar 2.1**  
**Faktor yang mempengaruhi persepsi**



<sup>11</sup> Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi Umum*, 70-71.

Dari gambar tersebut menunjukkan bahwa persepsi dibentuk oleh tiga faktor, yaitu :

- 1) *Preceiver* (Orang yang memberikan Persepsi), yang mengandung komponen, diantaranya yaitu 1.) *Attitudes* (Sikap), 2.) *Motives* (Motif), 3.) *Interest* (Minat atau kepentingan), 4.) *Experience* (Pengalaman), 5.) *Expectations* (Harapan).
- 2) (2) *Target* (orang atau objek yang menjadi sasaran persepsi), yang mengandung komponen : 1.) *Novelty* (sesuatu yang baru), 2.) *Motions* (Gerakan), 3.) *sounds* (Suara), 4.) *Size* (besara atau ukuran), 5.) *Background* (Latar Belakang), 6.) *Proximity* (kedekatan), 7.) *Similiarity* (kesamaan).
- 3) (3) *Situasi* (Keadaan pada saat persepsi dilakukan), faktor ini mengandung komponen antara lain : 1.) *Time* (Waktu), 2.) *Work Setting* (Pengaturan Kerja), 3.) *Social Setting* (pengaturan sosial).

Artinya, apabila kita melihat *Target* dan berusaha menginterpretasikan apa yang kita lihat, interpretasi kita akan sangat dipengaruhi oleh karakteristik personal kita. Karakteristik yang mempengaruhi persepsi kita termasuk sikap, kepribadian, motif, kepentingan, pengalaman masa lalu, serta harapan yang diinginkan. Sebaliknya, karakteristik dari *target* yang kita amati juga mempengaruhi apa yang kita rasakan. Orang yangsuka berbicara keras (lantang) mungkin lebih diperhatikan dalam kelompok daripada pendiam. Demikian juga orang yang sangat menarik dan tidak menarik. Karena kita tidak menempatkan target dalam isolasi , hubungan antara target dengan



latar belakangnya juga mempengaruhi terjadinya persepsi.<sup>12</sup>

#### 4) Proses terjadinya persepsi

Proses terjadinya persepsi dapat dijelaskan sebagai berikut yaitu Objek menimbulkan stimulus, dan stimulus menguasai alat indera atau reseptor. Perlu dikemukakan bahwa stimulus dengan objek itu berbeda, akan tetapi terkadang bahwa objek dan stimulus itu menjadi satu, misalnya dalam hal tekanan. Benda merupakan Objek langsung yang mengenai kulit, sehingga tekanannya akan semakin terasa.

Proses stimulus mengenai alat indera merupakan **proses kealaman atau proses fisik**. Stimulus yang diterima oleh alat indera diteruskan oleh syaraf sensoris ke otak. Proses ini yang disebut **proses fisiologis**. Kemudian terjadilah proses dimana otak sebagai pusat kesadaran sehingga individu menyadari apa yang dilihatnya, atau apa yang didengarnya, atau apa yang diraba maupun apa yang dirasakannya. Proses yang terjadi dalam otak atau dalam pusat kesadaran inilah yang disebut sebagai **proses psikologis**. Dengan demikian dapat dikemukakan bahwa taraf terakhir dari proses persepsi ialah individu menyadari tentang misalnya apa yang dilihat, didengar, diraba, maupun apa yang dirasakannya, yaitu stimulus yang diterima melalui alat indera. Proses ini merupakan proses terakhir dari persepsi dan dapat diambil oleh individu dalam berbagai macam bentuk.<sup>13</sup>

Dalam proses persepsi perlu adanya perhatian sebagai langkah persiapan dalam persepsi itu. Hal tersebut karena keadaan menunjukkan bahwa individu tidak hanya

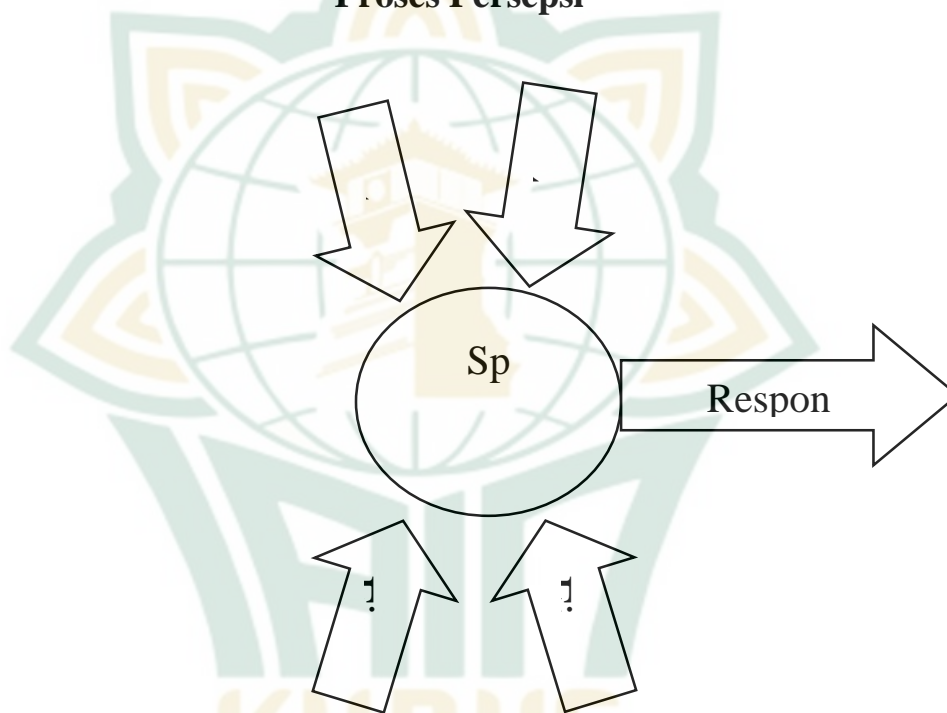
---

<sup>12</sup> Wibowo, *Perilaku Dalam Organisasi*, Edisi II, 60-61.

<sup>13</sup> Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi Umum*, 71.

dikenai oleh satu stimulus saja, tetapi individu dikenai berbagai macam stimulus yang ditimbulkan oleh keadaan sekitarnya. Namun tidak semua stimulus mendapatkan respon individu untuk dipersepsi. Stimulus mana yang akan dipersepsi atau mendapatkan respon dari individu tergantung pada perhatian individu yang bersangkutan. Secara skematis hal tersebut dapat dikemukakan sebagai berikut :

**Gambar 2.2**  
**Proses Persepsi**



Keterangan :

St : Stimulus (faktor luar)

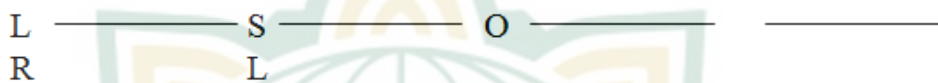
Fi : Faktor Intern (faktor dalam termasuk perhatian)

Sp : Struktur pribadi individu

Skema tersebut memberikan gambaran bahwa individu menerima bermacam-macam stimulus yang datang dari lingkungan. Tetapi tidak semua stimulus akan diperhatikan atau akan diberikan respon. Individu mengadakan seleksi terhadap stimulus yang mengenainya, dan disinilah

perhatian berperan. Sebagai akibat dari stimulus yang dipilihnya dan diterima oleh individu, individu menyadari dan memberikan respon sebagai reaksi terhadap stimulus tersebut. Skema tersebut dapat dilanjutkan sebagai berikut :

**Gambar 2.3**  
**Skema Proses Persepsi**



Keterangan :

L : Lingkungan

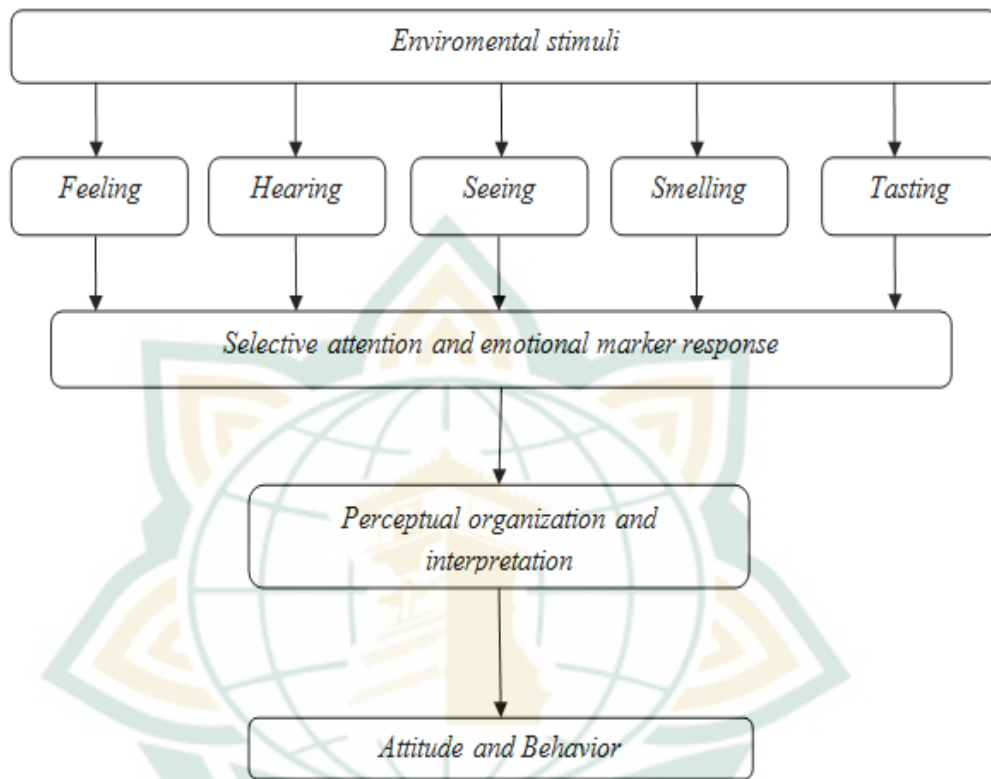
S : Stimulus

O : Organisme atau individu

R : Respon atau Reaksi

Adapun proses persepsi dimulai ketika dorongan diterima melalui pengertian kita. Kebanyakan dorongan yang menyerang pengertian kita (atau yang masuk dalam otak kita) akan disaring, sisanya akan diorganisir dan diinterpretasikan. Proses yang menyertai pada beberapa informasi yang diterima oleh pikiran kita dan mengabaikan informasi lainnya dinamakan *selective attention* atau *selective perception*. *Selective attention* dipengaruhi oleh karakteristik orang atau objek yang dipersepsikan., terutama besaran, intensitas, gerakan, pengulangan dan keaslian. *Selective attention* dipicu oleh sesuatu atau orang yang mungkin diluar konteks, seperti mendengar orang berbicara dengan aksen asing. Model persepsi tersebut digambar sebagai berikut :

**Gambar 2.4**  
**Model Persepsi**



**b. Masyarakat**

**1) Pengertian Masyarakat**

Aristoteles mengatakan bahwa *manusia itu adalah makhluk sosial (zoon politician), yang tidak dapat hidup tanpa harus bermasyarakat.* Dalam masyarakat hal yang perlu ditegakkan adalah selalu menjalin keakraban dan keharmonisan antar sesama lapisan baik yang kaya dan yang masih kurang pendapatnya.<sup>14</sup>

Secara etimologi Masyarakat diartikan sebagai pergaulan hidup manusia (sehimpunan

<sup>14</sup> Alim Abdulkarim, *Penuntun Belajar PPKN 2 (Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan) Berdasarkan Kurikulum Baru GBPP 1994*, (Bandung : Ganeca Exact, 1994), 258-260.

orang yang hidup bersama disuatu tempat dengan ikatan-ikatan aturan yang tentu).<sup>15</sup>

Menurut kamus bahasa Indonesia Masyarakat memiliki arti yang sama dengan rakyat, yakni Rakyat atau sekelompok besar Rakyat.<sup>16</sup>

Masyarakat sendiri dapat diartikan sebagai suatu kumpulan manusia atau penduduk yang memiliki setidaknya satu kesamaan variabel. Mereka yang disebut masyarakat tersebut dapat memiliki kesamaan secara wilayah, misalnya masyarakat rukun tetangga, Rukun warga hingga wilayah pegunungan (masyarakat pegunungan), dapat pula memiliki kesamaan etnis yang tinggal dalam sebuah perantauan, misalnya masyarakat jawa, masyarakat bugis yang tinggal di Jakarta.<sup>17</sup>

Atau dengan kata lain masyarakat ialah sekumpulan orang yang hidup bersama dalam komunitas tertentu yang terikat oleh norma kehidupan bersama serta memiliki kemauan hidup bersama.<sup>18</sup> Dengan demikian dapat diartikan bahwa masyarakat ialah kumpulan individu yang hidup dalam suatu lingkungan yang memiliki kesamaan tertentu.

### c. **Persepsi Masyarakat**

Dari pengertian persepsi serta masyarakat tersebut diatas, maka dapat dikatakan bahwasannya persepsi masyarakat merupakan tanggapan atau respon baik dari individu maupun sekumpulan individu yang berada di lingkungan tertentu mengenai suatu hal yang diterimanya melalui proses stimulus yang diperolehnya dari panca

---

<sup>15</sup> W.J.S. Poerwadarminta, *Kamus Besar Bahasa Indoneisa* Edisi III, (Jakarta : Balai Pustaka, 2006), 751.

<sup>16</sup> M.B. Ali dan T. Deli, *Kamus Bahasa Indonesia*, (Bandung : Citra Umbara, 1997), 400.

<sup>17</sup> Umar Fachmi Achmadi, *Kesehatan Masyarakat : Teori dan Aplikasi*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2014), 135.

<sup>18</sup> Suprpto et.al., *Kewarganegaraan 1*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2003), 48.

indera, yang kemudian diinterpretasikannya dalam bentuk kata maupun tindakan.

## 2. *Total Quality Service*

### a. *Total*

Dalam kamus besar bahasa Indonesia disebutkan bahwa total sama artinya dengan jumlah, keseluruhan ataupun semuanya.<sup>19</sup> Dalam kaitannya dengan hal ini total didefinisikan sebagai segenap keseluruhan mutu atau kualitas layanan yang diberikan pihak instansi kepada *costumers* sebagai fasilitas pelayanan dari perusahaan jasa.

### b. *Quality (Kualitas)*

#### 1) *Pengertian Kualitas*

Kata “Kualitas” mengandung banyak definisi dan makna. Beberapa contoh definisi yang kerap kali dijumpai antara lain :

- a) Kesesuaian dengan persyaratan atau tuntutan
- b) Kecocokan untuk pemakaian
- c) Perbaikan atau penyempurnaan berkelanjutan
- d) Bebas dari kerusakan atau cacat
- e) Pemenuhan kebutuhan pelanggan sejak awal dan setiap saat
- f) Melakukan segala sesuatu secara benar semenjak awal
- g) Sesuatu yang bisa membahagiakan pelanggan<sup>20</sup>

Dalam sebuah survey yang dilakukan *American society for Quality Control (ASQC)* dan *Gallup Organization* terhadap lebih dari 3000 konsumen di Amerika Serikat, Jerman Barat, dan Jepang, didapatkan Hasil Bahwa ada

---

<sup>19</sup> W.J.S. Poerwadarminta, *Kamus Besar Bahasa Indoneisa* Edisi III, 1292.

<sup>20</sup> Fandy Tjiptono, *Prinsip-prinsip Total Quality Service*, (Yogyakarta : Andi, 2000), 2.

berbagai macam komponen kualitas dilihat dari perspektif pelanggan.

**Tabel 2.1.**  
**Komponen kualitas dari berbagai negara**

<b>Amerika Serikat</b>			
<b>Kualitas ditentukan atas dasar</b>		<b>Keputusan pembelian dipengaruhi oleh</b>	
1	Nama yang terkenal	1	Harga
2	Rekomendasi dari mulut ke mulut	2	Kualitas
3	Pengalaman masa lalu	3	Kinerja
4	Kinerja (performance)	4	Rekomendasi dari mulut ke mulut
5	Daya tahan	5	Nama yang terkenal
6	Kecakapan kerja (workmanship)		
7	Harga		
8	Reputasi pamanufaktur		
<b>Jerman Barat</b>			
1	Harga	1	Harga
2	Nama yang terkenal	2	Kualitas itu sendiri
3	Penampilan ( <i>Appearance</i> )	3	Penampilan
4	Daya Tahan	4	Daya tahan
5	Pengalaman masa lalu	5	Nama yang terkenal
6	Kualitas itu sendiri	6	Desain dan model, serta kinerja
<b>Jepang</b>			
1	Nama yang terkenal	1	Kinerja
2	Kinerja	2	Harga
3	Kemudahan untuk dipergunakan	3	Kemudahan y\untuk dipergunakan
4	Daya tahan	4	Desain dan model
5	harga	5	Nama yang terkenal

Konsep VINCENT tentang dinamika perbaikan kualitas dapat diterapkan dalam manajemen industri jasa. VINCENT merupakan suatu singkatan yang disusun dengan menggunakan nama penulis sesuai dengan pemahaman penulis tentang penerapan konsep-konsep kualitas dalam manajemen modern. VINCENT terdiri dari rangkaian huruf-huruf yang memiliki makna sebagai berikut :

*Visionari Transformation* (Transformasi visi)

*Infrastructure* (Infrastruktur)

*Need for Improvement* (Kebutuhan untuk perbaikan)

*Customer Focus* ( Fokus Pelanggan)

*Empowerment* (Pemberdayaan)

*New views of Quality* (Pandangan baru tentang kualitas)

*Top Management Commitment* (Komitmen Manajemen Puncak)

Berdasarkan uraian diatas tampak bahwa konsep Vincent dalam dinamika perbaikan kualitas terdiri dari tujuh elemen yang merupakan suatu kesatuan dan memiliki peranan yang sama penting. Urutan dari elemen-elemen dalam konsep VINCENT tidak menunjukkan urutan peranannya dalam dinamika perbaikan kualitas, kecuali bahwa urutang itu membentuk kesatuan dan susunan untuk menyusun nama VINCENT.<sup>21</sup>

Pada kenyataannya tak jarang sebuah organisasi mengkombinasikan aspek-aspek terbaik dari deefinisi yang ada dan kemudian merumuskan definisinya sendiri, hal ini dikarenakan setiap organisasi harus mendefinisikan kualitas berdasarkan tujuan, harapan, budaya, dan pelanggannya masing-masing.. kombinasi tersebut terutama didasarkan pada tiga faktor :

---

<sup>21</sup> Vincent Gaspersz, *Manajemen Kualitas Dalam Industri Jasa : Strategi Untuk Memenangkan Persaingan Global*, (Jakarta : Gramedia Pustaka, 1997), 1.



- a) Karakteristik kualitas, yaitu karakteristik output dari suatu proses yang penting bagi pelanggan, karakteristik kualitas menuntut pemahaman mengenai pelanggan dalam segala hal.
- b) Karakteristik kunci dari kualitas (*key quality characteristics*), yaitu karakteristik kualitas yang paling penting. Karakteristik kunci dari kualitas harus didefinisikan secara operasional dengan jalan mengkombinasikan pemahaman mengenai pelanggan dengan pemahaman mengenai proses.
- c) Variabel kunci dari proses (*key process variables*), yakni komponen-komponen proses yang memiliki hubungan sebab akibat yang cukup besar dengan karakteristik kunci dari kualitas, sehingga memanipulasi dan pengendalian variabel kunci dari proses akan mengurangi variasi karakteristik kunci dari kualitas dan atau mengubah levelnya menjadi karakteristik kualitas atau karakteristik kunci dari kualitas.<sup>22</sup>

## 2) Dimensi Kualitas

Ada tujuh dimensi kualitas yang dapat digunakan sebagai kerangka perencanaan strategis dan analisis, yang bisa diterapkan pada industry jasa, dimensi-dimensi tersebut ialah :

- a) Fungsi (*function*) yaitu kinerja primer yang dituntut dari suatu jasa.
- b) Karakteristik atau ciri tambahan (*features*) yaitu kinerja yang diharapkan atau karakteristik pelengkap.
- c) Kesesuaian (*conformance*) yaitu kepuasan yang didasarkan pada pemenuhan persyaratan yang telah ditetapkan.

---

<sup>22</sup> Fandy Tjiptono, *Prinsip-prinsip Total Quality Service*, 13-14.

- d) Keandalan (*reliability*) yaitu kepercayaan terhadap jasa dalam kaitannya dengan waktu.
- e) *Serviceability* yaitu kemampuan untuk melakukan perbaikan apabila terjadi kekeliruan.
- f) estetika (*aesthetics*) yaitu pengalaman pelanggan yang berkaitan dengan perasaan dan panca indera.
- g) Persepsi yaitu reputasi kualitas.

### 3) Dimensi perbaikan Kualitas jasa

Beberapa dimensi atau atribut yang harus diperhatikan dalam perbaikan kualitas jasa ialah :

- a) Ketepatan waktu pelayanan, hal-hal yang perlu diperhatikan disini berkaitan dengan waktu tunggu dan waktu proses.
- b) Akurasi pelayanan yaitu yang berkaitan dengan reliabilitas pelayanan dan bebas dari kesalahan-kesalahan.
- c) Kesopanan dan keramahan dalam memberikan pelayanan, yaitu terutama bagi mereka yang berinteraksi langsung dengan pelanggan eksternal, seperti operator telepon, petugas keamanan (satpam), pengemudi, staff administrasi, kasir, petugas penerima tamu, dll. Citra pelayanan dari industry jasa sangat ditentukan oleh orang-orang dari perusahaan yang berada pada garis depan dalam melayani langsung pelanggan eksternal.
- d) Tanggung jawab yaitu berkaitan dengan penerimaan pesanan dan penanganan keluhan dari pelanggan eksternal.
- e) Kelengkapan, yaitu menyangkut lingkup pelayanan dan ketersediaan sarana pendukung seperti komputer untuk memproses data, dll.

- f) Variasi model pelayanan yaitu berkaitan dengan inovasi untuk memberikan pola-pola baru dalam pelayanan, *features* dari pelayanan, dll.
- g) Pelayanan pribadi, yaitu berkaitan dengan fleksibilitas, penanganan permintaan khusus, dll.
- h) Kenyamanan dalam memperoleh pelayanan, berkaitan dengan lokasi, ruangan tempat pelayanan, kemudahan menjangkau, tempat parkir kendaraan, ketersediaan informasi, petunjuk-petunjuk dan bentuk-bentuk lain.
- i) Atribut pendukung pelayanan lainnya, seperti lingkungan, kebersihan, ruang tunggu, fasilitas music, AC, dll.<sup>23</sup>

#### 4) Skala Pengukuran Kualitas

Dalam rangka menghasilkan suatu pelayanan yang berkualitas suatu perusahaan diharapkan dapat mengukur pelayanan yang telah diberikan kepada pelanggannya dengan skala pengukuran yang telah dihasilkan dari hasil penelitian beberapa orang sebelumnya. Dalam hal ini *service quality* memiliki aplikasi skala pengukuran yang disebut *multiple-item scale* yang merupakan hasil penelitian Parasuraman, Zeithnal, dan Berry. Skala dengan validitas dan realibilitas yang baik tersebut dipergunakan perusahaan untuk dapat mengerti lebih baik harapan dan persepsi pelanggan akan pelayanan yang diinginkan, yang dapat menghasilkan peningkatan pelayanan.

Instrument dalam skala tersebut didesain untuk bermacam bentuk pelayanan. Instrument tersebut merupakan suatu format dalam menentukan harapan dan persepsi

---

<sup>23</sup> Vincent Gaspersz, *Manajemen Kualitas Dalam Industri Jasa : Strategi Untuk Memenangkan Persaingan Global*, 2.

pelanggan, sert adapat digunakan untuk menentukan kualitas pelayanan suatu perusahaan atas dasar lima dimensi kualitas pelayanan. Caranya dengan merata-ratakan perbedaan nilai yang dihasilkan dari masing-masing bagian yang membentuk kelima dimensi.

Salah satu aplikasi yang dipergunakan dari skala pengukuran *service quality* ini adalah dengan menentukan nilai kepentingan relative lima dimensi yang mempengaruhi persepsi pelanggan. Pendekatan ini dilakukan dengan melakukan regresi nilai persepsi kualitas pelanggan dengan masing-masing nilai dimensi *service quality*. Variabel penilaian tersebut berupa skala sebagai berikut<sup>24</sup> :

**Tabel 2.2.**  
**Variabel penilaian kualitas**

<b><i>Excellent/Sangat Bagus</i></b>	<b>4</b>
<b><i>Good/Bagus</i></b>	<b>3</b>
<b><i>Fair/Cukup</i></b>	<b>2</b>
<b><i>Poor/Jelek</i></b>	<b>1</b>

Selain melalui perhitungan skala, kualitas juga dapat diukur melalui penelitian konsumen mengenai persepsi pelanggan terhadap kualitas suatu produk atau perusahaan. Penelitian konsumen tersebut menggunakan berbagai macam metode, misalnya sistem keluhan dan saran, *ghost shopping*, *lost costumer analysis*, maupun dengan cara survey pelanggan.

Pada hakikatnya pengukuran kualitas suatu jasa atau produk hampir sama dengan pengukuran

---

<sup>24</sup> Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), 149

kepuasan pelanggan, yaitu ditentukan oleh variabel harapan dan kinerja yang dirasakan (*perceived performance*).<sup>25</sup>

Sedangkan untuk mengukur produktivitas dalam konteks kualitas, seperti dalam proses pelayanan manusia, misalnya pada rumah sakit, kita dapat melihat jumlah pasien yang dirawat dalam kurun waktu satu tahun melalui “sensus” rumah sakit atau melalui rata-rata hunian.

Teknik klasik dalam pengukuran produktivitas terfokus pada *output* dan bukan *outcome*, menekankan efisiensi tetapi mengabaikan efektivitas. Masalah lain yang utama dalam mengukur produktivitas pelayanan adalah masalah variabilitas. Sebagaimana yang ditunjukkan oleh James Heskett, pemikiran tradisional dari output pelayanan cenderung mengabaikan variasi dalam kualitas atau nilai pelayanan, sehingga mengabaikan efektivitas.<sup>26</sup>

##### **5) Mengelola Kualitas Jasa**

Kualitas jasa perusahaan diuji pada setiap pelaksanaan jasa. Jika personel jasa membosankan, tidak dapat menjawab pertanyaan sederhana, atau saling berkunjung ke personel lain sementara pelanggan menunggu, pelanggan akan berfikir dua kali untuk melakukan bisnis lagi dengan penjual.

Pelanggan membentuk ekspektasi jasa dari banyak sumber, seperti pengalaman masa lalu, berita dari mulut ke mulut, dan iklan. Secara umum pelanggan membandingkan jasa anggapan dengan jasa yang diharapkan. Jika jasa anggapan berada dibawah jasa yang doharapkan, pelanggan kecewa. Perusahaan yang berhasil menambahkan manfaat pada penawaran mereka sehingga pelanggan tidak hanya puas tetapi terkejut dan sangat puas.

---

<sup>25</sup> Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana, *Total Quality Management* Edisi revisi, (Yogyakarta : Andi, 2003), 45-46.

<sup>26</sup> Christopher Lovelock, Jochen Wirtz, dan Jacky Mussry, *Pemasaran Jasa Perspektif Indonesia*, (Jakarta: Erlangga, 2011), 174-175.

Pelanggan akan sangat puas bila mendapatkan pengalaman yang melebihi harapannya.

Model kualitas jasa berikut menyoroti kebutuhan utama untuk menghantarkan kualitas jasa yang tinggi. Model ini mengidentifikasi lima kesenjangan yang menyebabkan kegagalan pengiriman jasa :

- a) Kesenjangan antara harapan konsumen dan persepsi manajemen : manajemen tidak selalu mempunyai anggapan yang benar tentang apa yang diinginkan pelanggan. Administrator rumah sakit mungkin berfikir bahwa pasien menginginkan makanan yang lebih baik, tetapi pasien mungkin lebih khawatir dengan responsivitas perawat.
- b) Kesenjangan antara persepsi manajemen dan spesifikasi kualitas jasa : manajemen mungkin mempunyai anggapan yang benar terhadap keinginan pelanggan tetapi tidak menetapkan standar kinerja. Administrator rumah sakit mungkin memberitahu perawat untuk memberikan “pelayanan” cepat tanpa menspesifikkannya dalam menit.
- c) Kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa dan penghantaran jasa : personel mungkin tidak terlatih, atau tidak mampu atau tidak bersedia memenuhi standar atau mungkin terikat dengan standar yang bertentangan, seperti meluangkan waktu untuk mendengarkan pelanggan dan melayani mereka dengan cepat.
- d) Kesenjangan antara penghantaran jasa dan komunikasi eksternal : Harapan konsumen dipengaruhi oleh pernyataan yang dibuat oleh iklan dan perwakilan perusahaan. Jika brosur rumah sakit memperlihatkan kamar yang indah, tetapi pasien tiba dan menemukan kamar tersebut murahan dan tampak berantakan, komunikasi eksternal mengganggu harapan pelanggan.

- e) Kesenjangan antara jasa anggapan dan jasa yang diharapkan<sup>27</sup> : kesenjangan terjadi ketika konsumen salah menganggap kualitas jasa. Dokter mungkin terus mengunjungi pasiennya untuk memperlihatkan perhatian, tetapi pasien mungkin menerjemahkan tindakan ini sebagai indikasi bahwa benar-benar ada masalah besar.<sup>28</sup>

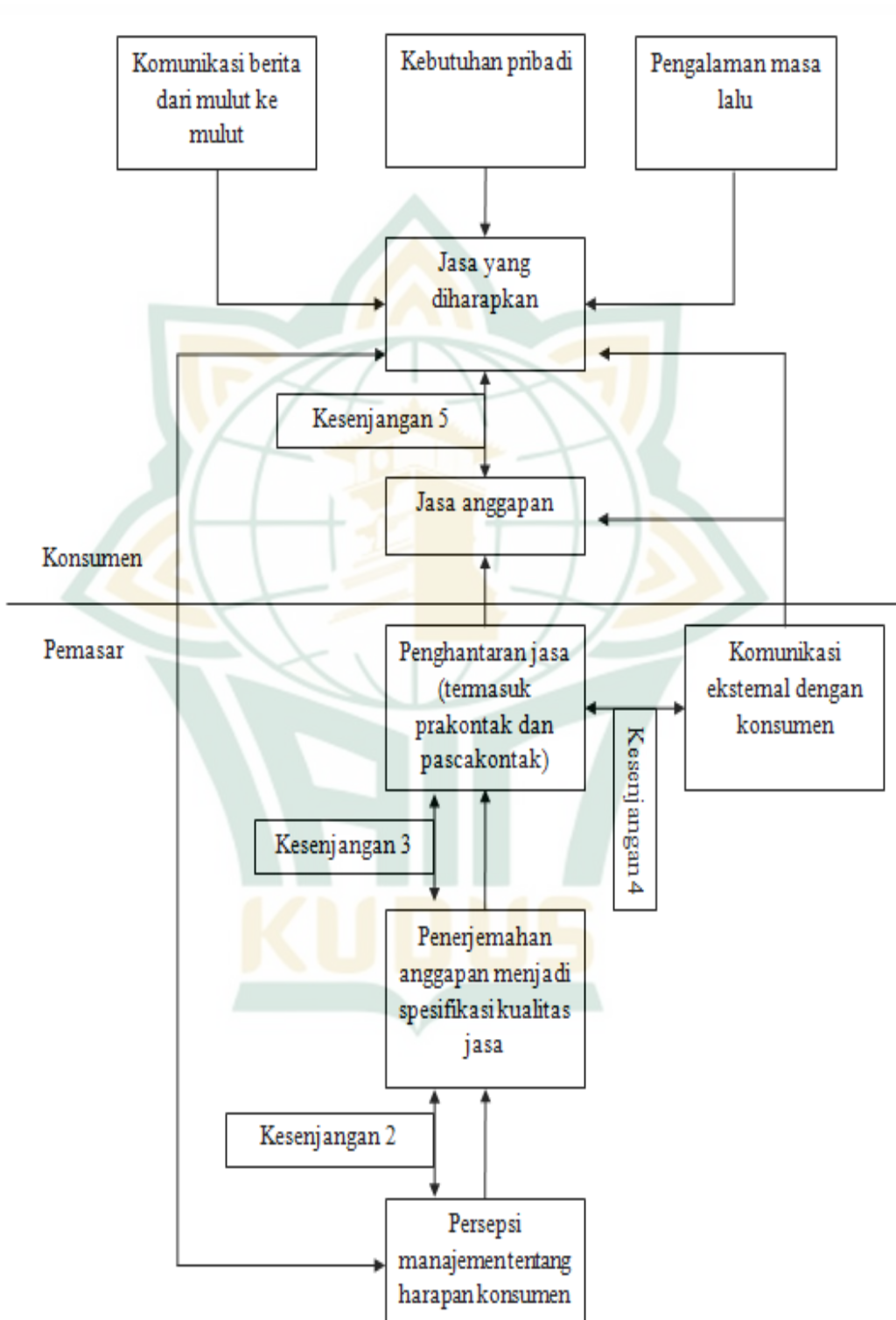


---

<sup>27</sup> Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung : Alfabeta, 2007), 282.

<sup>28</sup> Philip kotler dan Kevin Lane Keller, *Marketing Management thirteenth edition*, terj. (Jakarta : Erlangga, 2008), 50-52.

**Gambar 2.5**  
**Model Kualitas Jasa**





Berdasarkan model kualitas jasa tersebut , periset mengidentifikasi lima determinan kualitas jasa sebagai berikut, berdasarkan urutan arti pentingnya:

- a) Keandalan yaitu kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan andal dan akurat.
- b) Responsivitas yaitu kesediaan membantu pelanggan dan memberikan layanan tepat waktu.
- c) Jaminan yaitu pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menunjukkan kepercayaan dan keyakinan.
- d) Empati yaitu kondisi memperhatikan dan memberikan perhatian pribadi kepada pelanggan.
- e) Wujud yaitu penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel, dan bahan komunikasi.<sup>29</sup>

### **3. Service atau Pelayanan**

#### **a. Pengertian Service atau pelayanan**

Kata pelayanan adalah tindakan atau bantuan yang bermanfaat bagi orang lain dan diri sendiri. Sedangkan kata melayani adalah membantu pihak lain sehingga tujuan orang lain dan diri sendiri dapat tercapai dengan memuaskan.<sup>30</sup>

*Service* merupakan aktivitas, manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual. Misalnya bengkel reparasi kendaraan bermotor, salon kecantikan, kursus keterampilan, pusat kebugaran, restoran, hotel, Rumah Sakit, Universitas, dll.<sup>31</sup>

Pelayanan dalam islam sendiri disebut juga dengan *Khitmah*. Rasulullah saw bersabda :

---

<sup>29</sup> Philip kotler dan Kevin Lane Keller, *Marketing Management thirteenth edition*, terj, 52.

<sup>30</sup> Marzuki Mahmud, *Manajemen Mutu Perguruan Tinggi*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2012), 60.

<sup>31</sup> Fandy Tjiptono, *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*, (Yogyakarta : Andi, 2008), 7.

“seorang imam (pemimpin) adalah pemelihara dan pengatur urusan (rakyat), ia akan diminta pertanggungjawaban atas urusan rakyatnya” (HR. Bukhari dan Muslim). Rasulullah mengatakan “*saidul kaum khadimuhum*”, pengurus itu adalah pelayan masyarakat. Atau, dalam makna yang luas berarti perusahaan dalam bisnis apapun apalagi bisnis yang terkait dengan pelayanan, harus benar-benar mampu memberikan pelayanan yang optimal kepada *costumer*. Karena pelayanan (*khitmah*) adalah salah satu bagian penting dalam muamalah yang islami.<sup>32</sup>

Sedangkan pelayanan konsumen ialah suatu perilaku yang ditunjukkan oleh si penjual sesuai dengan yang diinginkan oleh pembeli dalam rangka memuaskan kebutuhan dan keinginannya.<sup>33</sup>

Sehingga dapat dikatakan bahwa *Service* atau pelayanan diartikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau sesama karyawan.<sup>34</sup>

#### **b. Asas Pelayanan**

Beberapa asas dalam penyelenggaraan pelayanan pemerintahan dan perizinan yang harus diperhatikan adalah sebagai berikut :

##### 1) Empati dengan *costumers*.

Pegawai yang melayani urusan perizinan dari instansi penyelenggara jasa perizinan harus dapat berempati dengan masyarakat pengguna jasa layanan. Hal ini dapat dilakukan dengan mengharuskan semua

---

<sup>32</sup> Muhammad Syakir Sula, *Asuransi Syariah (life and general) : Konsep dan Sistem Operasional*, (Jakarta : Gema Insani Press, 2004), 746.

<sup>33</sup> Sopiah dan Syihabudhin, *Manajemen Bisnis Ritel*, (Yogyakarta : Andi, 2008), 252.

<sup>34</sup> Kasmir, *Customer Service Excellent teori dan praktik*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2017), 47-48.

pegawai dan unit kerja serta organisasi penyelenggara jasa pelayanan melakukan :

- (1) Mengidentifikasi momen kritis pelayanan yang menjadi tanggung jawab dan kewenangannya. Adapun beberapa contoh momen kritis pelayanan di instansi pemerintah adalah sebagai berikut :
    - costumers* masuk ruangan,
    - costumers* mencari informasi,
    - costumers* menunggu giliran dipanggil,
    - costumers* menggunakan kamr kecil,
    - costumers* membayar.
  - (2) Setelah momen kritis pelayanan ini dapat diidentifikasi dengan baik, maka selanjutnya harus dirumuskan lingkaran pelayanan bagi setiap urusan perizinan tertentu, dan juga lingkaran organisasi penyelenggara jasa pelayanan tertentu
- 2) Pembatasan prosedur
- Prosedur harus dirancang sependek mungkin, dengan demikian konsep *one stop shop* benar-benar diterapkan. Rekomendasi yang diberikan tentang *one stop shop* ini adalah :
- (1) Penerapan prinsip desentralisasi, artinya berikan kewenangan kepada perusahaan untuk proses dan menyelesaikan semua pelayanan perizinan.
  - (2) Prinsip sentralisasi, dalam prinsip ini disarankan untuk memproses dan menyelesaikan semua pelayanan perizinan di dinas atau instansi induk.
- 3) Kejelasan tatacara pelayanan. Tatacara pelayanan harus didesain sesederhana

- mungkin untuk dikomunikasikan kepada masyarakat pengguna jasa pelayanan.
- 4) Minimalisasi persyaratan pelayanan. Persyaratan dalam mengurus pelayanan harus dibatasi sesedikit mungkin dan sebanyak yang benar-benar diperlukan.
  - 5) Kejelasan kewenangan. Kewenangan pegawai yang melayani masyarakat pengguna jasa pelayanan harus dirumuskan sejelas mungkin dengan membuat bagan tugas dan distribusi kewenangan. Dengan demikian tidak akan terjadi duplikasi tugas atau kekosongan tugas.<sup>35</sup>
  - 6) Transparansi biaya. Biaya pelayanan harus ditetapkan seminimal mungkin dan setransparan mungkin. Sebenarnya ada sebagian masyarakat pengguna jasa pelayanan yang tidak berkebratan untuk membayar mahal, asalkan sah dan jelas manfaat yang diterimanya. Dengan demikian sangat mungkin untuk dirancang kelas-kelas pelayanan untuk izin yang sama,
  - 7) Kepastian jadwal dan durasi pelayanan. Jadwal dan durasi pelayanan juga harus pasti, sehingga masyarakat memiliki gambaran yang jelas dan tidak resah.
  - 8) Minimalisasi formulir. Formulir-formulir harus dirancang secara efisien, sehingga akan dihasilkan formulir komposit (satu formulir yang akan dipakai untuk berbagai keperluan). Disini jumlah lembaran formulir juga harus diminimalisir.
  - 9) Memaksimalkan masa berlakunya izin. Untuk menghindarkan terlalu seringnya

---

<sup>35</sup> Ratminto dan Atik Seti Winarsih, *Manajemen Pelayanan : Pengembangan Model Konseptual, Penerapan Citizen's Charter Dan Standar Pelayanan Minimal*, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2005), 246-248.

masyarakat mengurus izin harus ditetapkan selama mungkin.

- 10) Kewajiban hak dan kewajiban *providers* dan *costumers* . hak-hak dan kewajiban-kewajiban baik bagi *providers* maupun bagi *costumers* harus dirumuskan secara jelas, dan dilengkapi dengan sanksi serta ketentuan ganti rugi.
- 11) Efektivitas penanganan keluhan. Pelayanan yang baik sedapat mungkin harus menghindarkan terjadinya keluhan. Akan tetapi jika muncul keluhan, maka harus dirancang suatu mekanisme yang dapat memastikan bahwa keluhan tersebut akan ditangani secara efektif sehingga permasalahan yang ada dapat segera diselesaikan dengan baik.<sup>36</sup>

### c. Jenis Pelayanan

- 1) Pelayanan Kedalam  
Pelayanan kedalam artinya pelayanan antar karyawan dengan karyawan lain dalam mendukung pelayanan terhadap pelanggan. Atau pelayanan antara karyawan dengan pimpinan atau sebaliknya. Pelayanan dapat dilakukan dalam hal penyediaan dokumen, proses dokumen, informasi, komunikasi atau lainnya.
- 2) Pelayanan Keluar  
Pelayanan keluar artinya pelayanan yang diberikan kepada pihak luar perusahaan, misalnya dengan nasabah atau pelanggan. Pelayanan seperti ini dilakukan dalam rangka melayani proses transaksi sampai pelanggan menjadi membeli atau mengkonsumsi produk atau jasa yang ditawarkan.<sup>37</sup>

---

<sup>36</sup> Ratminto dan Atik Seti Winarsih, *Manajemen Pelayanan : Pengembangan Model Konseptual, Penerapan Citizen's Charter Dan Standar Pelayanan Minimal*, 248-249.

<sup>37</sup> Kasmir, *Customer Service Excellent teori dan praktik*, 51-52.

#### d. Dasar-Dasar Pelayanan

Pada dasarnya pelayanan terhadap pelanggan tergantung dari latar belakang karyawan, baik, asal-usul, suku bangsa, pendidikan, pengalaman, budaya atau adat istiadat yang dianutnya. Untuk menyamakan kualitas karyawan sesuai dengan budaya perusahaan, maka karyawan harus dibekali pengetahuan dan keterampilan melalui pelatihan terlebih dahulu. Artinya agar perlu dibekali dengan pengetahuan yang mendalam tentang dasar-dasar pelayanan.

Pembekalan mengenai pelayanan harus diikuti tidak hanya para karyawan yang berhubungan langsung dengan pelanggan tetapi juga untuk karyawan yang tidak berhubungan langsung dengan pelanggan, dan berikut merupakan dasar-dasar pelayanan yang harus difahami dan dimengerti seorang karyawan, pimpinan, *customer service*, pramuniaga, *public relation*, satpam, atau kasir yaitu :

- 1) Berpakaian dan berpenampilan rapi dan bersih  
Berpakaian dan berpenampilan yang rapi dan bersih artinya karyawan harus mengenakan baju dan celana yang sepadan dengan kombinasi yang menarik. Bagaimanapun pelanggan akan senang dilayani oleh orang yang berpakaian rapi dan bersih.
- 2) Aroma tubuh yang menyegarkan  
Artinya disamping karyawan memiliki penampilan yang rapi dan bersih juga harus memiliki aroma tubuh yang menyegarkan. Hindari seperti bau badan dan bau mulut yang kurang segar, sehingga dapat mengganggu pelayanan baik didalam terlebih lagi pelayanan keluar.
- 3) Percaya diri, bersikap akrab, dan penuh dengan senyum  
Dalam melayani pelanggan, karyawan tidak boleh ragu-ragu atau takut-takut. Karyawan

harus memiliki keyakinan dan percaya diri yang tinggi. Karyawan juga harus bersikap akrab dengan pelanggan. Dalam melayani *customer*, karyawan juga haruslah murah senyum dengan muka yang menarik hati, serta tidak dibuat-buat.<sup>38</sup>

- 4) Menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama jika kenal  
Artinya pada saat pelanggan atau nasabah datang, karyawan harus segera menyapa lebih dulu, dan kalau sudah pernah ketemu sebelumnya usahakan menyapa dengan menyebut namanya. Namun jika belum kenal, dapat menyapa dengan sebutan bapak/ibu, dan menanyakan apa yang dapat kami bantu.
- 5) Tenang dan tekun mendengarkan setiap pembicaraan  
Usahakan pada saat melayani pelanggan atau nasabah dalam keadaan tenang, kemudian tunjukkan sikap menghormati tamu, tekun mendengarkan sekaligus berusaha memahami apa yang diinginkan pelanggan.
- 6) Sopan santun  
Sikap sopan santun harus ditunjukkan sebelum dan selama proses pelayanan dilakukan. Dengan demikian pelanggan merasa senang dan segan kepada karyawan yang melakukan, bahkan memberikan kesan yang positif terhadap pihak perusahaan.
- 7) Berbicara dengan bahasa yang baik dan benar  
Berbicara dengan bahasa yang baik dan benar artinya dalam berkomunikasi dengan nasabah atau pasien gunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar atau jika menggunakan bahasa lain seperti bahasa daerah atau bahasa asing gunakan secara benar pula.
- 8) Bergairah dalam melayani *customer* dan tunjukkan kemampuannya

---

<sup>38</sup> Kasmir, *Customer Service Excellent teori dan praktik*, 53-54.

Artinya menunjukkan pelayanan yang prima seolah-olah memang anda sangat tertarik dengan keinginan dan kemauan pelanggan.

- 9) Jangan menyela atau memotong pembicaraan  
Artinya menyela atau memotong pembicaraan artinya pada saat pelanggan atau *customer* sedang berbicara usahakan jangan memotong atau menyela pembicaraan. Kemudian hindari menggunakan kalimat yang bersifat sindiran, yang dapat menyinggung perasaan *customer*.
- 10) Mampu meyakini nasabah serta memberikan kepuasan  
Artinya setiap pelayanan yang diberikan harus mampu meyakinkan pelanggan dengan argument-argumen yang masuk akal.<sup>39</sup>

#### e. Standar Pelayanan

Setiap penyelenggaraan pelayanan public harus memiliki standar pelayanan dan dipublikasikan sebagai jaminan adanya kepastian bagi penerima pelayanan. Standar pelayanan merupakan ukuran yang dibakukan dalam penyelenggaraan pelayanan publik yang wajib ditaati oleh pemberi dan atau penerima pelayanan. Menurut keputusan MENPAN nomor 63 tahun 2004, standar pelayanan sekurang-kurangnya meliputi :

- 1) Prosedur pelayanan  
Prosedur pelayanan yang dibakukan bagi pemberi dan penerima pelayanan termasuk pengaduan.
- 2) Waktu penyelesaian  
Waktu penyelesaian yang ditetapkan sejak saat pengajuan permohonan sampai dengan penyelesaian pelayanan termasuk pengaduan.

---

<sup>39</sup> Kasmir, *Customer Service Excellent teori dan praktik*, (Jakarta :Rajawali Pers, 2017), 54-56.



- 3) Biaya pelayanan  
Biaya atau tariff pelayanan termasuk rinciannya yang ditetapkan dalam proses pemberian pelayanan.
- 4) Produk pelayanan  
Hasil pelayanan yang akan diterima sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan.
- 5) Sarana dan prasarana  
Penyediaan sarana dan prasarana pelayanan yang memadai oleh penyelenggara pelayanan publik.
- 6) Kompetensi petugas pemberi pelayanan.  
Kompetensi petugas pemberi pelayanan harus ditetapkan dengan tepat berdasarkan pengetahuan, keahlian, keterampilan, sikap, dan perilaku yang dibutuhkan.<sup>40</sup>

#### **4. Total Quality Service**

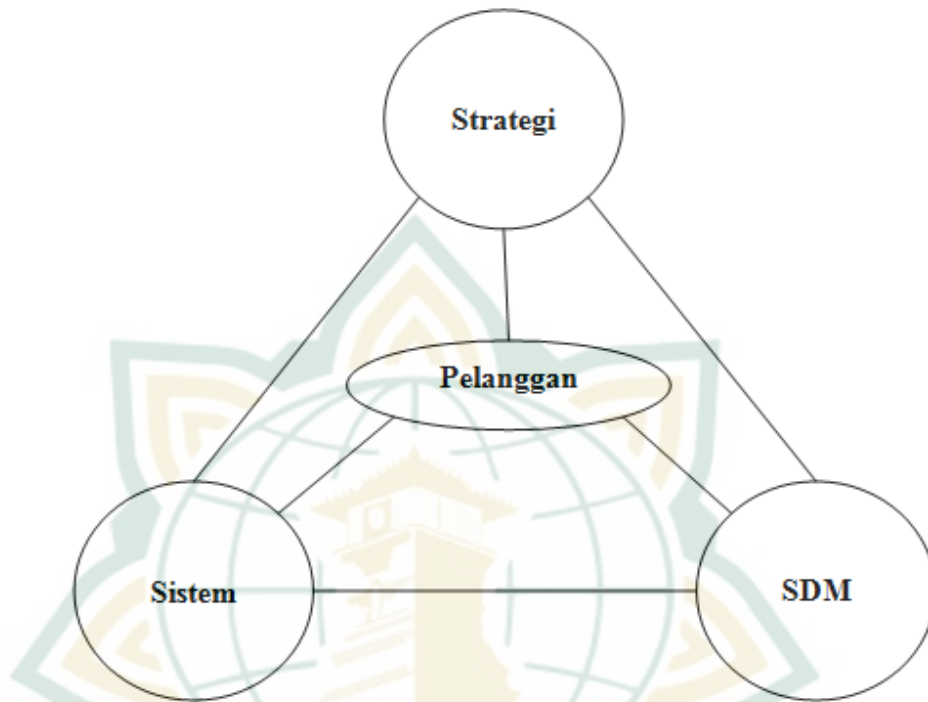
##### **a. Pengertian Total Quality Service**

*Total Quality Service* (TQS) dapat didefinisikan sebagai sistem manajemen strategik dan integratif yang melibatkan semua manajer dan karyawan, serta menggunakan metode-metode kualitatif dan kuantitatif untuk memperbaiki secara berkesinambungan proses-proses organisasi, agar dapat memenuhi dan melebihi kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan. Strategik ini dapat dirangkum sesuai dengan gambar berikut :

---

<sup>40</sup> Ratminto dan Atik Seti Winarsih, *Manajemen Pelayanan : Pengembangan Model Konseptual, Penerapan Citizen's Charter Dan Standar Pelayanan Minimal*, 23-24.

Gambar 2.6  
Siklus *Total Quality Service*



**STRATEGI** : pernyataan yang jelas dan dikomunikasikan dengan baik mengenai posisi dan sasaran organisasi dalam hal layanan pelanggan.

**SISTEM** : program, prosedur dan sumberdaya organisasi yang dirancang untuk mendorong, menyampaikan dan menilai jasa atau layanan yang nyaman dan berkualitas bagi pelanggan.

**SUMBERDAYA MANUSIA** : karyawan disemua posisi yang memiliki kapasitas dan hasrat untuk responsive terhadap kebutuhan pelanggan.

**TUJUAN KESELURUHAN** : mewujudkan kepuasan pelanggan, memberikan tanggung jawab kepada setiap orang, dan melakukan perbaikan berkesinambungan.<sup>41</sup>

<sup>41</sup> Fandy Tjiptono, *Prinsip-prinsip Total Quality Service*, 57.

Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan pelanggan. Ada dua faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu pelayanan yang diharapkan dan pelayanan yang dirasakan. Apabila pelayanan yang diterima atau yang dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan.<sup>42</sup>

**b. *Total Quality Service* dalam pandangan Islam**

Dimensi dari *total quality service* atau kualitas yang meliputi kehandalan, kemampuan fisik, daya tanggap, serta jaminan dan empati tidaklah hanya diuji dengan teori konvensional saja, namun menjadikan syariah sebagai landasan standar penilaian atas teori tersebut :

- 1) *Reliability* (kehandalan) yang merujuk pada kehandalan pelayanan yang diberikan kepada *suctomers*, apabila ini dilakukan dengan baik, maka konsumen merasa sangat dihargai. Sebagai seorang muslim, telah ada contoh teladan yang tentunya bisa dijadikan pedoman dalam menjalankan aktifitas perniagaan/muamalah.<sup>43</sup> Allah SWT telah berfirman QS. Al-Ahzab ayat 21

---

<sup>42</sup> *Strategi Baru Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta : Amara Books, 2003), 231.

<sup>43</sup> Tips Serba Serbi, “Kualitas Pelayanan Menurut Perspektif Islam”, Tips Serba Serbi (blogspot), Maret 2015, <https://tipsserbaserbi.blogspot.com/2015/03/kualitas-pelayanan-menurut-perspektif.html?m=1>.

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن  
 كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا



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 dia banyak menyebut Allah SWT”.<sup>44</sup>

Di dalam hadits-hadits mulia, Rasulullah SAW telah mempraktikkan dan memerintahkan supaya setiap muslim senantiasa menjaga amanah yang diberikan kepadanya. Karena profesionalitas beliau pada waktu berniaga maupun aktifitas kehidupan yang lainnya, maka beliau dipercaya oleh semua orang dan mendapat gelar Al-Amin.

- 2) *Tangibles* (wujud atau bukti fisik) yang merupakan tampilan fasilitas fisik, peralatan, karyawan, dan materi komunikasi. Salah satu catatan penting bagi pelaku lembaga keuangan syariah maupun dalam instansi islami lain bahwa dalam menjalankan operasional perusahaannya harus memperhatikan sisi penampilan fisik para pengelola maupun karyawannya dalam hal berbusana yang

<sup>44</sup> Al-Qur'an terj, Surat Al-Ahzab, Ayat:21.

santun, beretika, dan syar’I<sup>45</sup> hal ini sebagaimana yang telah Allah SWT firmankan dalam QS Al-A’raf ayat 26.

يَبْنِيْ ءَادَمَ قَدْ أَنْزَلْنَا عَلَيْكُمْ لِبَاسًا يُورِي  
سَوَاءَ تَكُمُ وَّرِيْشًا ۖ وَلِبَاسُ التَّقْوَىٰ ذَٰلِكَ خَيْرٌ

ذَٰلِكَ مِنْ ءَايَاتِ اللَّهِ لَعَلَّهُمْ يَذَّكَّرُونَ ﴿٢٦﴾

Artinya: “Hai anak adam , sesungguhnya kami telah menurunkan kepadamu pakaian untuk menutup auratmu dan pakaian indah untuk pehiasan. Dan pakaian taqwa itulah yang paling baik. Yang demikian itu adalah sebagian dari tanda-tanda kekuasaan Allah SWT, mudah-mudahan mereka sselalu ingat.”<sup>46</sup>

- 3) *Responsiveness* (daya tanggap) merupakan keinginan untuk membantu konsumen dan menyediakan jasa tepat waktu. Dalam islam kita harus menepati komitmen seiring dengan promosi yang dilakukan oleh perusahaan. Apabila perusahaan tidak bisa menepati komitmen dalam memberikan pelayanan yang baik, maka resiko yang akan terjadi akan ditinggalkan oleh pelanggannya.<sup>47</sup> Lebih dari itu Allah SWT

<sup>45</sup> Tips Serba Serbi, “Kualitas Pelayanan Menurut Perspektif Islam”, Tips Serba Serbi (blogspot), Maret 2015, <https://tipsserbaserbi.blogspot.com/2015/03/kualitas-pelayanan-menurut-perspektif.html?m=1>.

<sup>46</sup> Al-Qur’an terj, (Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2010), Surat Al-A’raf, ayat:26.

<sup>47</sup> Tips Serba Serbi, “Kualitas Pelayanan Menurut Perspektif Islam”, Tips Serba Serbi (blogspot), Maret 2015,

telah berfirman dalam QS. Al-Maidah ayat 1

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ ۗ أُحِلَّتْ لَكُمْ بَهِيمَةُ الْأَنْعَامِ إِلَّا مَا يُتْلَىٰ عَلَيْكُمْ غَيْرِ مُحِلِّي الصَّيْدِ وَأَنْتُمْ حُرْمٌ ۗ إِنَّ اللَّهَ تَحَكَّمٌ مَا يُرِيدُ



Artinya : “Hai orang-orang yang beriman penuhilah aqad-aqad itu. Dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang dibacakan kepadamu (yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu keetika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah SWT telah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendakinya.”<sup>48</sup>

Demikian juga Allah SWT telah mengingatkan kita tentang profesionalisme dalam menunaikan pekerjaan. Allah SWT berfirman (QS. Al-Insyirah ayat 7).

فَإِذَا فَرَغْتَ فَانصَبْ

Artinya : “maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain.”<sup>49</sup>

<https://tipsserbaserbi.blogspot.com/2015/03/kualitas-pelayanan-menurut-perspektif.html?m=1>.

<sup>48</sup> Al-Qur'an terj, Surat Al-Maidah, ayat:1.

<sup>49</sup> Al-Qur'an terj, Surat Al-Insyirah, ayat:7.

- 4) *Assurance* (Jaminan) adalah kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas, keramah-tamahan, perkataan atau kesopanan dalam membedakan pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan. Dalam memberikan pelayanan kepada konsumen hendaklah selalu memperhatikan etika berkomunikasi, supaya tidak melakukan manipulasi dengan kebohongan. Sehingga perusahaan tetap mendapatkan kepercayaan dari konsumen, dan yang terpenting adalah tidak melanggar syariat dalam bermuamalah. Allah SWT telah mengingatkan tentang etika berdagang sebagaimana yang termaktub dalam QS. Surat Asy-Syuraa ayat 181-182

مَا خَلَقْنَاهُمَا إِلَّا بِالْحَقِّ وَلَكِنَّ أَكْثَرَهُمْ لَا

يَعْلَمُونَ ﴿١٨١﴾

أَجْمَعِينَ ﴿١٨٢﴾

Artinya: “sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu merugikan orang lain; dan timbanglah dengan timbangan yang benar.”<sup>50</sup>

- 5) *Emphaty* (Empati/perhatian) yaitu peduli, perhatian individu yang diberikan kepada konsumen haruslah dilandasi dengan aspek keimanan dalam rangka mengikuti seruan Allah SWT untuk selalu berbuat baik kepada

<sup>50</sup> Al-Qur'an terj, Surat Asy-Syuraa, ayat:181-182

orang lain.<sup>51</sup> Allah SWT telah berfirman dalam QS. An-Nahl ayat 90

﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَايَ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ ۚ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ﴾

Artinya : “sesungguhnya Allah SWT telah menyuruh kamu berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah SWT melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran.”<sup>52</sup>

### c. Fokus *Total Quality Service*

*Total Quality Service* berfokus pada lima bidang berikut :

- 1) Fokus pada pelanggan (*costumer focus*)  
Identifikasi pelanggan (internal, eksternal dan atau perantara) merupakan prioritas utama. Apabila ini sudah dilakukan, maka langkah selanjutnya adalah mengidentifikasi kebutuhan, keinginan, dan harapan mereka. Kemudian perlu dirancang sistem yang bisa memberikan jasa tertentu yang memenuhi tuntutan tersebut. Selain itu, organisasi juga wajib menjalin hubungan kemitraan dengan para

<sup>51</sup> Tips Serba Serbi, “Kualitas Pelayanan Menurut Perspektif Islam”, Tips Serba Serbi (blogspot), Maret 2015, <https://tipsserbaserbi.blogspot.com/2015/03/kualitas-pelayanan-menurut-perspektif.html?m=1>.

<sup>52</sup> Al-Qur’an terj, (Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2010), Surat An-Nahl, ayat:90.



pemasok kunci atas dasar *win-win situation*.

2) Keterlibatan total (*total involvement*)

Keterlibatan total mengandung arti komitmen total. Manajemen harus memberikan peluang perbaikan kualitas bagi semua karyawan dan menunjukkan kualitas kepemimpinan yang bisa memberikan inspirasi positif (lewat partisipasi aktif dan tindakan nyata) bagi organisasi yang dipimpinnya. Manajemen harus mendelegasikan tanggung jawab dan wewenang penyempurnaan proses kerja kepada mereka yang secara actual melaksanakan pekerjaan yang bersangkutan. Manajemen juga dituntut untuk memberdayakan para karyawannya. Untuk itu perlu diciptakan iklim yang kondusif dan mendukung tim kerja multidisipliner dan lintas fungsional agar dapat berperan aktif dalam merancang dan memperbaiki produk, jasa, proses, sistem, dan lingkungan perusahaan.

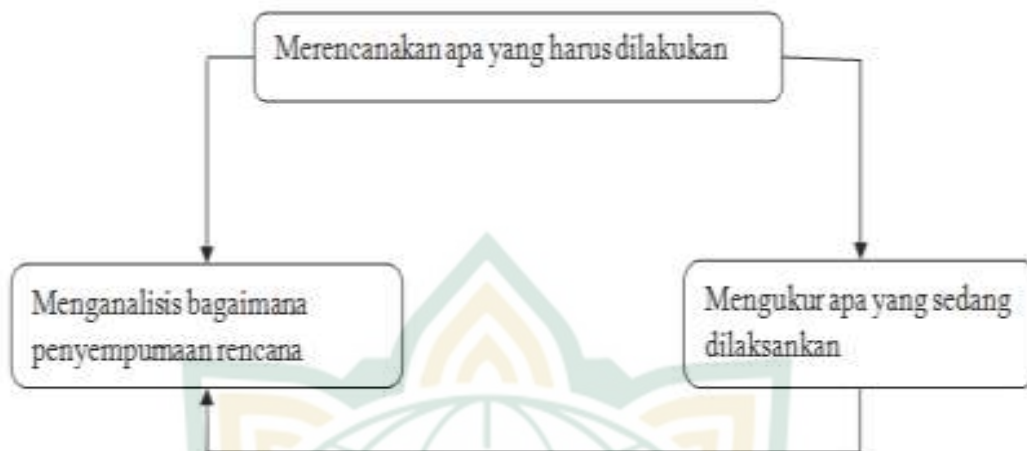
3) Pengukuran

Dalam hal ini, kebutuhan pokoknya adalah menyusun ukuran-ukuran dasar, baik internal maupun eksternal bagi organisasi dan pelanggan. Berikut merupakan gambaran sistem pengukuran yang sederhana. Unsure-unsur sistem pengukuran tersebut terdiri atas: menyusun ukuran proses dan hasil, mengidentifikasi output dari proses-proses kerja kritis dan mengukur kesesuaiannya dengan tuntutan pelanggan, mengkoreksi penyimpangan dan meningkatkan kinerja.<sup>53</sup>

---

<sup>53</sup> Fandy Tjiptono, *Prinsip-prinsip Total Quality Service*, 57-58.

Gambar 2.7  
Siklus pengukuran dalam jasa berkualitas



#### 4) Dukungan sistematis

Manajemen bertanggung jawab dalam mengelola proses kualitas dengan cara :

- a) Membangun infrastruktur kualitas yang dikaitkan dengan struktur manajemen internal
- b) Menghubungkan kualitas dengan sistem manajemen yang ada seperti : perencanaan strategik, manajemen kinerja, pengakuan, penghargaan, dan promosi karyawan serta komunikasi

#### 5) Perbaikan berkesinambungan

Setiap orang bertanggung jawab untuk : memandang semua pekerjaan sebagai satu proses. Mengantisipasi perubahan kebutuhan keinginan, dan harapan pelanggan. Melakukan perbaikan incremental mengurangi waktu siklus. Mendorong dan dengan senang hati menerima umpan balik tanpa rasa takut atau khawatir.<sup>54</sup>

<sup>54</sup> Fandy Tjiptono, *Prinsip-prinsip Total Quality Service*, 58-59.

**d. Implementasi *Total Quality Service*****1) Implementasi TQS dengan pendekatan Manajemen Proyek**

Manajemen proyek memiliki hubungan yang erat dengan *Total Quality Service*. Berikut ini adalah karakteristik-karakteristik yang dikembangkan *Total Quality Service* dan dapat difasilitasi oleh manajemen proyek :

- a) Visi, misi, sasaran, dan tujuan bersama diantara manajemen puncak, madya, lini pertama, dan operator.
- b) Manajemen mempraktikkan kepemimpinan visionaries (*visionary leadership*).
- c) Semua insan dalam organisasi memanfaatkan sumberdaya secara efisien.
- d) Batas-batas kemampuan manajemen ditetapkan dan diatur dengan baik.
- e) Manajemen bersikap fleksibel dalam menanggapi secara cepat dan efektif setiap perubahan kondisi, permintaan, dan peluang.
- f) Manajemen mendorong tumbuhnya kerjasama tim dan memimpin berdasarkan contoh positif.
- g) Organisasi berfokus pada upaya penciptaan nilai tambah bagi pelanggan.
- h) Manajemen mengembangkan proses formal yang memungkinkannya untuk selalu siap beradaptasi dengan perubahan kebutuhan, permintaan dan kondisi internal maupun eksternal.
- i) Organisasi mengutamakan budaya belajar, berkembang, berprestasi, dan orientasi saling mendukung dalam lingkungan kerja.

- j) Manajemen menerapkan sistem penilaian kinerja yang efektif, dimana fokusnya adalah pada tugas dan tujuan, bukan pada kepribadian.

Manajemen proyek berfokus pada tiga aspek dalam mendukung proses implementasi Total Quality Service, yakni :

- a) Berdasarkan definisinya, manajemen proyek berfokus pada proyek. Proyek merupakan suatu usaha yang memiliki awal dan akhir, serta dilaksanakan untuk mencapai tujuan-tujuan yang telah ditetapkan dalam biaya, jadwal, dan sasaran kualitas yang spesifik. Manajemen proyek berupaya mengoptimalkan alokasi sumberdaya yang meliputi keterampilan, talenta, usaha kerjasama dalam tim, fasilitas, alat-alat (*tools*), informasi, modal atau uang, teknik, sistem, dan peralatan (*equipment*). Karena proses implementasi *total quality service* ditetapkan sebagai suatu proyek, maka dengan sendirinya alokasi sumberdaya dalam organisasi menjadi fokus utama. Dengan demikian, alat yang tepat untuk upaya semacam ini adalah pendekatan manajemen proyek.
- b) Perbedaan anatar manajemen proyek dengan prinsip manajemen lainnya. Paling tidak ada dua perbedaan pokok, yaitu jangka waktu dan kebutuhan akan sumberdaya. Manajemen proyek berfokus pada proyek yang berusia tertentu (sesuai dengan yang ditetapkan), sedangkan unit operasional lainnya menekankan kelanggengan (*perpetuity*). Proyek membutuhkan sumberdaya *part-time basis* dan *full-time basis*, sementara

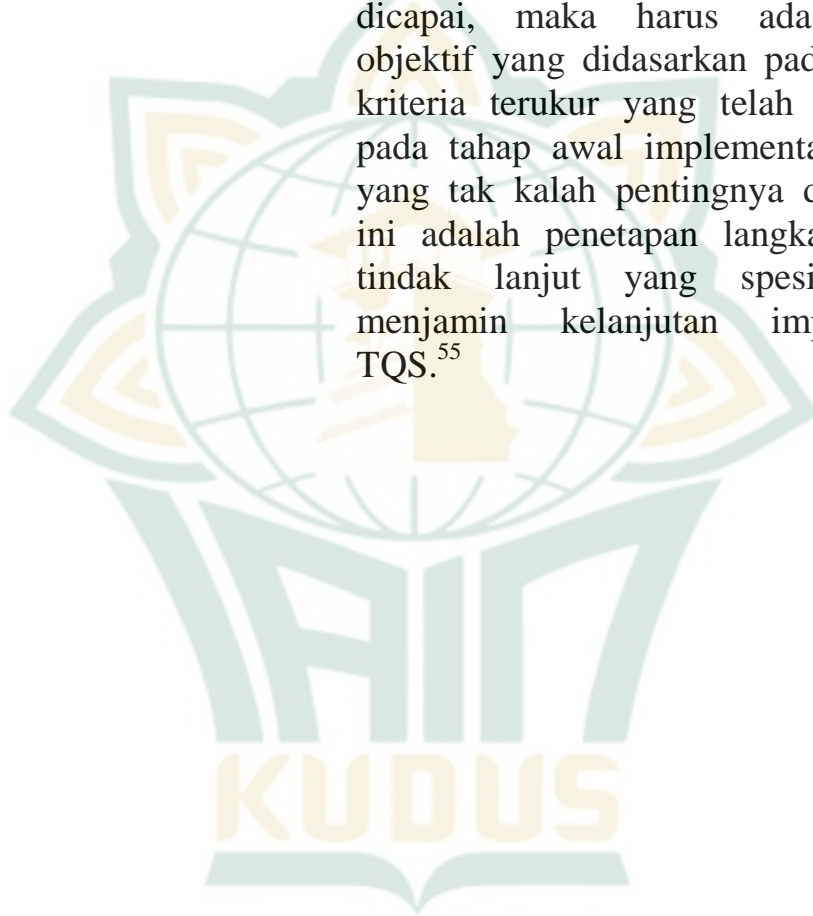
organisasi yang permanen lebih membutuhkan utilita sumberdaya menurut *full-time basis*).

- c) Aspek ketiga menyangkut apa dan bagaimana manajemen proyek dapat memfasilitasi implementasi TQS. Manajemen proyek akan mengikuti dan menjamin keberhasilan proses implementasi berdasarkan empat fase kehidupan proyek. Keempat fase tersebut meliputi :
  - a) Mendefinisikan proyek  
Apabila pihak manajemen telah memutuskan untuk menerapkan TQS, maka langkah pertama yang perlu dilaksanakan adalah mengklarifikasi proyek tersebut dan mencapai kesepakatan mengenai ketentuan spesifik, cakupan, dan strategi dasar untuk menerapkannya.
  - b) Merencanakan proyek  
Merencanakan berarti membuat daftar secara rinci mengenai apa yang dibutuhkan agar dapat merampungkan proyek secara sukses sesuai dengan criteria kualitas, biaya, dan waktu.
  - c) Implementasi rencana  
Keseluruhan proyek dikoordinasi secara berkesinambungan. Tanggung jawab dalam koordinasi ini meliputi mengendalikan dan atau memantau kemajuan dan perkembangan pekerjaan sesuai dengan rencana; mengatasi perubahan atas rencana, layanan, dan persediaan; memberikan umpan balik formal dan informal yang sesuai bagi setiap pihak yang berkepentingan; mengatasi perbedaan masalah yang muncul; dan menjamin bahwa tersedia

rencana tindakan korektif dan itu benar-benar dijalankan.

d) Merampungkan proyek

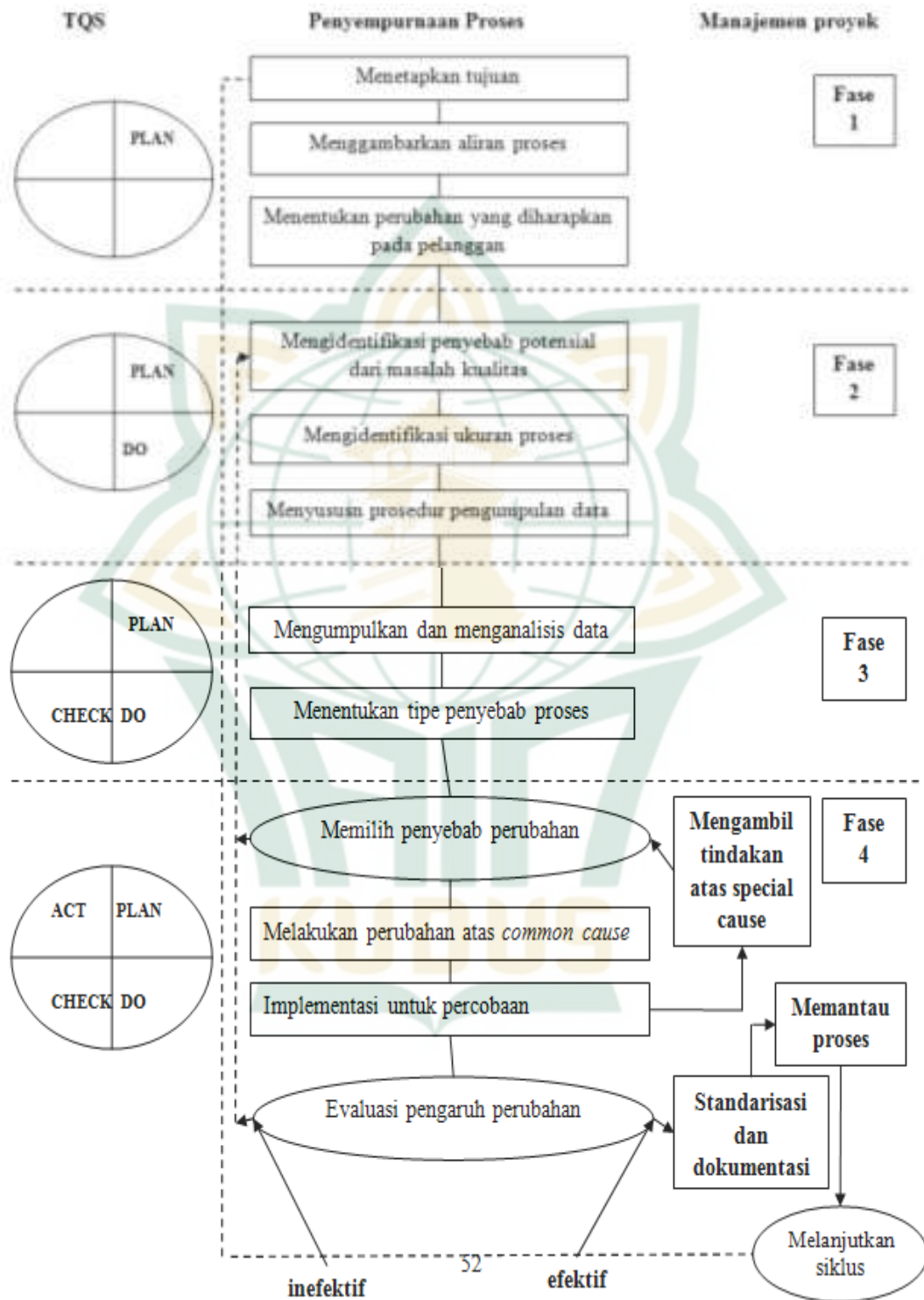
Sasaran manajemen proyek adalah mendapatkan dukungan manajemen atas hasil proyek tersebut. Maksudnya manajemen sepakat bahwa spesifikasi kualitas dari parameter proyek telah terpenuhi. Agar kesepakatan ini bisa dicapai, maka harus ada evaluasi objektif yang didasarkan pada kriteria-kriteria terukur yang telah ditetapkan pada tahap awal implementasi. Aspek yang tak kalah pentingnya dalam fase ini adalah penetapan langkah-langkah tindak lanjut yang spesifik guna menjamin kelanjutan implementasi TQS.<sup>55</sup>



---

<sup>55</sup> Fandy Tjiptono, *Prinsip-prinsip Total Quality Service*, 71-73.

Gambar 2.8  
Implementasi TQS



## 2.) Implementasi *Total Quality Service* dengan pendekatan ISO 9000

*“ISO 9000 is not product standard, but a quality system standard it is applies not to product or services, but the process which creates them. It is designed and intended to apply to virtually any product or service made by any process anywhere in the world”*

Sistem manajemen kualitas ISO 9000 merupakan standar internasional yang dibuat dengan sangat hai-hati dan telah menjdai kerangka acuan yang digunakan secara luas diseluruh dunia.<sup>56</sup>

Standar ISO memberikan pedoman mengenai struktur dan elemen sistem kualitas yang lengkap, serta standarisasi kualitas di seluruh dunia. Standar ini berperan besar dalam merevitalisasi sumberdaya manusia, sikap mereka dan ancangan terhadap pekerjaan. Hal ini sangat dibutuhkan dalam rangka menghadapi persaingan global.

Ada tiga prinsip dasar berkaitan dengan ISO 9000 yang perlu dipersiapkan secara matang agar perusahaan dapat mencapai sasaran perbaikan berkesinambungan. Ketiga prinsip dasar tersebut aialah :

- a.) Menyusun tujuan dan sasaran penting  
Manajemen harus mengidentifikasi alasan ketertarikannya pada ISO. Yang lebih penting lagi adalah menegaskan realitas dari sudut pandang organisasi.
- b.) Merumuskan tindakan melalui kebijakan, program, dan prosedur untuk mencapai tujuan yang diharapkan.  
Manajemen harus bisa menjadi contoh teladandalam hal program kualitas. Mereka mengemban tanggung jawab

---

<sup>56</sup> Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta : Salemba Empat, 2013), 206.



sebagai inspirator bagi bawahannya lewat tindakan nyata bukan sekedar ucapan atau slogan belaka. Kebijakan, program, prosedur, dan tujuan harus didasarkan pada visi, berorientasi pada perencanaan, berpusat pada sumberdaya manusia, berfokus pada proses, dan berbasis kinerja (*performance based*).

c.) Memahami sumber penolakan dan menetralsirnya

Setiap perubahan (sekali pun mengarah pada kebaikan dan kemajuan bersama) umumnya tidak terlepas dari adanya resistensi atau penolakan. Karena pada dasarnya ada kecenderungan ingin mempertahankan *status quo*. Oleh sebab itu manajemen perlu mengembangkan komunikasi horizontal dan vertikal dalam organisasinya secara efektif melibatkan para penentang potensial dalam perencanaan dan proses perubahan, dan memberdayakan para karyawan dalam pengambilan keputusan dan pemecahan masalah.

Secara garis besar, model Implementasi ISO didasarkan pada fase-fase berikut :

Tabel 2.3.

Implementasi TQS berdasarkan ISO

Fase 1	Fase 2	Fase 3	Fase 4
Komitmen manajemen	Membangun struktur	Implementasi	Registrar
Memben-tuk tim implemen-tasi ISO,	Menentukan tujuan perusahaan dalam format ISO :	Menetapkan tujuan implementasi dan atau sertifikasi	Persyaratan registrar : Audit

dengan melibatkan satu orang dari setiap bidang fungsional. Melatih orang-orang yang terpilih tersebut dalam hal pengetahuan ISO.	Misi Tujuan Fokus pada perbaikan berkesinambungan Kebijakan dan prosedur Komitmen manajemen kualitas	ISO Menilai struktur internal dan membandingkannya dengan ISO : Tujuan Departemen Struktur Organisasi Deskripsi pekerjaan Proses-proses saat ini Mekanisme pengendalian Persyaratan pelatihan Metode komunikasi Proses pengesahan Penilaian risiko Output yang dihasilkan Rencana aksi.	Pengawasan Tindakan korektif Sertifikasi Sertifikasi ulang <sup>57</sup>
---	--	---	--

### 3.) Implementasi *Total Quality Service* dengan pendekatan Deming

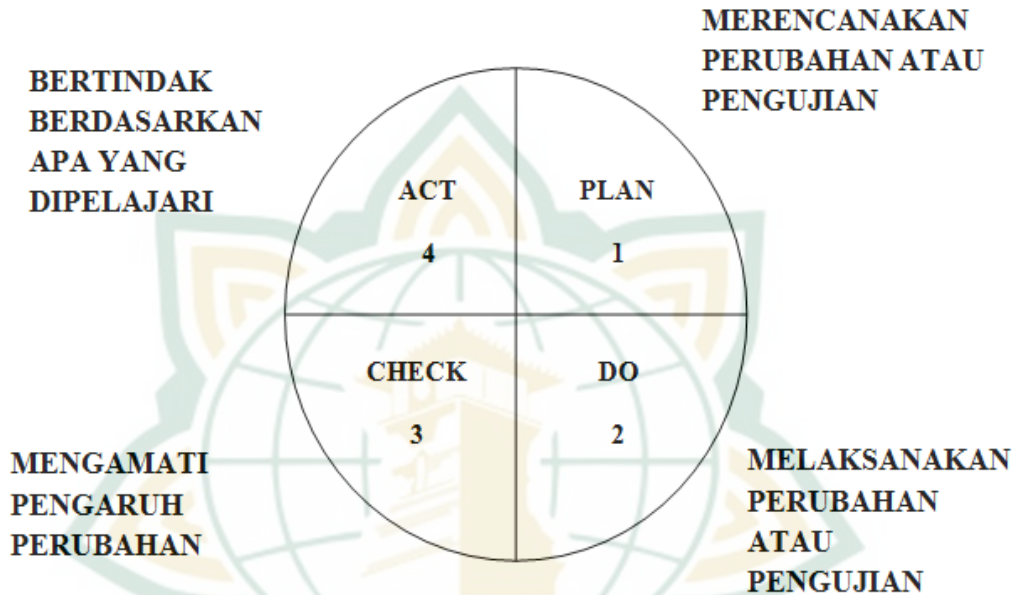
Deming merupakan bapak gerakan dari Total Quality Management. Pemikirannya banyak berpengaruh terhadap perusahaan-perusahaan manufaktur dan jasa diberbagai belahan dunia. Kontribusinya paling besar

---

<sup>57</sup> Fandy Tjiptono, *Prinsip-prinsip Total Quality Service*, (Yogyakarta : Andi, 2000), 72-75.

adalah Deming cycle atau dikenal pula dengan siklus PDCA.

Gambar 2.9  
Implementasi TQS dengan pendekatan Deming



Implementasi TQS berdasarkan pendekatan deming menuntut pemahaman dan komitmen total dari semua jajaran organisasi. Proses implementasi TQS mengikuti 14 point deming yakni sebagai berikut :

- a.) Ciptakan kejelasan tujuan demi perbaikan jasa
- b.) Adopsilah filosofi baru
- c.) Hentikan ketergantungan pada inspeksi untuk mewujudkan kualitas
- d.) Hentikan praktik menghargai bisnis semata-mata atas dasar harga; jadikanlah pemasok sebagai mitra kerja
- e.) Perbaiki secara konstan setiap proses perencanaan, produksi dan pelayanan
- f.) Lembagakan pelatihan dan pelatihan ulang di tempat kerja
- g.) Melembagakan kepemimpinan bagi penyempurnaan sistem
- h.) Menghilangkan rasa takut

- i.) Menyingkirkan rintangan (dinding pemisah) antar departemen
- j.) Meniadakan slogan, desakan, dan target bagi tenaga kerja
- k.) Mengeliminasi kuota-kuota numeric bagi para karyawan dan sasaran numeric bagi manajemen
- l.) Menghilangkan penghalang yang dapat 'merampok' kebanggaan para karyawan atas keahliannya
- m.) Giatkan program pendidikan dan perbaikan diri bagi setiap orang
- n.) Lakukan transformasi pekerjaan setiap orang dan siapkan mereka untuk mengerjakannya.<sup>58</sup>

**e. Manfaat Implementasi *Total Quality Service***

- 1) Meningkatnya indeks kepuasan kualitas (*quality satisfaction index*) yang diukur dengan ukuran apapun.
- 2) Meningkatnya produktivitas dan efisiensi.
- 3) Meningkatnya laba.
- 4) Meningkatnya pangsa pasar.
- 5) Meningkatnya moral dan semangat karyawan.
- 6) Meningkatnya kepuasan pelanggan.<sup>59</sup>

**B. Hasil Penelitian Terdahulu**

Penelitian-penelitian terdahulu berfungsi sebagai acuan dan pendukung untuk melakukan penelitian ini. Penelitian-penelitian terdahulu yang digunakan sebagai acuan dan pendukung adalah penelitian dengan salah satu atau lebih variabel yang sama dengan penelitian ini.<sup>60</sup>

Penelitian ini mengacu pada penelitian-penelitian sebelumnya yang dilakukan di sejumlah tempat. Hasil penelitian tersebut dijadikan landasan dan pembanding dalam menganalisis variabel tentang pengambilan keputusan dalam

---

<sup>58</sup> Fandy Tjiptono, *Prinsip-prinsip Total Quality Service*, 80-98.

<sup>59</sup> Fandy Tjiptono, *Prinsip-prinsip Total Quality Service*, 59.

<sup>60</sup> V. Wiratna Sujarweni, *Metode Penelitian Bisnis Ekonomi*, (Yogyakarta : Pustaka Baru Press, 2015), 64.

menerima atau menolak pesanan khusus. Beberapa hasil penelitian dalam bentuk jurnal penelitian yang dijadikan acuan penelitian, antara lain :

Tabel 2.4.  
Hasil Penelitian terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1	Imrotul Chasanah dan Octarani Dina Pratiwi	Analisis pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen RS. St. Elisabeth Semarang.	Kualitas Pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, pelayan yang dimaksud meliputi : wujud fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, serta Empati.	Persamaan antara penelitian terdahulu dengan yang sekarang ialah terletak pada Variabel yang digunakannya serta tempat yang digunakan dalam studi kasus, yakni sama-sama menganalisis mengenai kualitas pelayanan atau <i>Total Quality Service</i> di sebuah Rumah sakit.	Perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang sekarang ialah, pada penelitian terdahulu kualitas pelayanan diteliti guna untuk mencari tahu kepuasan konsumen terhadap pelayanan jasanya. Sedangkan pada penelitian ini hanya menganalisis mengenai pendapat dari para pengguna jasa pelayanan terkait dengan pelayanan yang seharusnya diterimanya. <sup>61</sup>
2	Herman Rante dan Dyah Mutiarin	Persepsi Masyarakat Terhadap Layanan Badan	Rata-rata persepsi masyarakat terhadap pelayanan	Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang	Perbedaan antara penelitian terdahulu dengan

<sup>61</sup> Imrotul Khasanah dan Octarina Dina Pertiwi, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen RS St. Elisabeth Semarang*, Aset, Vol.12, No.2, Februari 2010.

		Kesehatan di RSUD Morangan Sleman DIY.	dalam hal penerimaan pendaftaran BPJS termasuk dalam kategori baik.	sekarang ini ialah sama-sama menganalisis mengenai persepsi masyarakat terkait dengan suatu layanan kesehatan.	penelitian yang sekarang ialah terletak pada variabel yang digunakannya, dimana pada penelitian terdahulu menggunakan variabel layanan badan kesehatan, sedangkan pada penelitian yang sekarang variabel yang digunakan ialah kualitas pelayanan yang diberikannya pada pengguna jasa rumah sakit. <sup>62</sup>
3	Steffi Mongkaren	Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Rumah Sakit Advent Manado.	Kualitas pelayanan yang diberikan oleh Rumah Sakit Advent Manado mampu menciptakan kepuasan bagi pengguna. Karena Rumah Sakit Advent Manado selalu berusaha fokus terhadap	Persamaan antara penelitian terdahulu dengan yang sekarang ialah terletak pada Variabel yang digunakannya serta tempat yang digunakan dalam studi kasus, dimana salah satu variabel yang digunakan pada penelitian terdahulu menganalisis mengenai kualitas	Pada penelitian terdahulu menggunakan dua variabel yaitu fasilitas dan kualitas pelayanan. Sedangkan pada penelitian yang sekarang hanya memfokuskan pada persepsi masyarakat terkait dengan <i>Total Quality service</i> atau kualitas pelayanan yang diberikan oleh

<sup>62</sup> Herman Ranted an Dyah Muntiarin, *Persepsi Masyarakat Terhadap Layanan Badan Kesehatan di RSUD Morangan Sleman DIY*, Jurnal Ilmu Pemerintahan dan Kebijakan Publik, Vol. 03, No. 1, Februari 2016.

			kepuasan pelanggan dan tanggap terhadap pasien yang datang dan memberikan pelayanan kesehatan dengan tenaga yang terampil dan professional.	pelayanan atau <i>Total Quality Service</i> di sebuah Rumah sakit.	pihak rumah sakit. <sup>63</sup>
4	Tri Rini Puji Lestari	Pelayanan Rumah Sakit Bagi Masyarakat Miskin (studi kasus di Enam Wilayah Indonesia)	Pasien miskin di rumah sakit pemerintah maupun rumah sakit swasta, umumnya memiliki tingkat kepuasan yang kurang memadai, diantaranya yaitu pada pelayanan administrasi yang dinilai rumit, berbelit, kurang informasi, petugas yang kurang ramah, tidak diberikan resep obat generik, dan pelayanan yang memakan	Pada penelitian terdahulu dan sekarang sama-sama menganalisis mengenai pelayanan yang diberikan oleh pihak Rumah sakit.	Perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang sekarang ialah terletak pada objek yang dianalisis, dimana pada penelitian terdahulu objek yang dianalisis hanya pada lingkup masyarakat miskin saja. Sedangkan pada penelitian yang sekarang objek yang dianalisis meliputi seluruh lapisan masyarakat, baik dari kalangan masyarakat mampu, maupun tidak.

<sup>63</sup> Steffi Mongkaren, *Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Rumah Sakit Advent Manado*, Jurnal EMBA, Vol.1, No.4, Desember 2013.

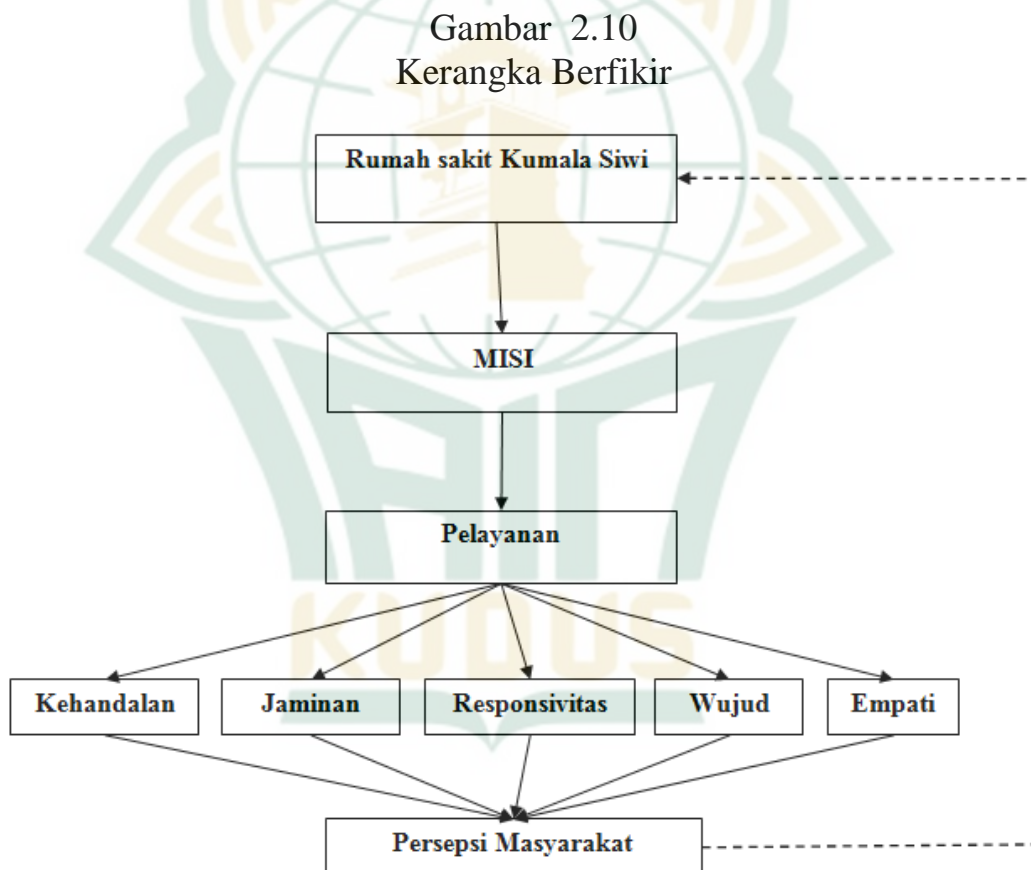
			waktu cukup lama. Selain itu, keharusan membayar uang muka juga menjadi penghalang bagi masyarakat miskin untuk mendapatkan pelayanan kesehatan di Rumah Sakit.		
5	Agung Utama	Analisis pengaruh persepsi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Rumah Sakit Umum Cakra Husada Klaten.	Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Rumah Sakit Umum Cakra Husada Klaten sebesar 72,40%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh dimensi kualitas pelayanan yang lain	Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang sekarang ini ialah jenis variabel x yang digunakannya, yakni mengenai persepsi kualitas pelayanan.	Perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang sekarang ialah variabel Y yang digunakannya, dimana pada penelitian terdahulu kualitas pelayanan dianalisis guna untuk mengetahui kepuasan yang diterima kesan yang diterimanya setelah menggunakan jasa rumah sakit tersebut. <sup>64</sup>

<sup>64</sup> Agung Utama, *Analisis pengaruh persepsi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Rumah Sakit Umum Cakra Husada Klaten*, OPSI, Vol. 1, No. 2, Desember 2003.



### C. Kerangka Berfikir

Kerangka pemikiran ini digunakan Dalam rangka untuk memudahkan jalan pemikiran terhadap masalah yang akan dikupas. Sesuai dengan tujuan penelitian maka dapat dibangun satu konsep model hubungan antara persepsi masyarakat terhadap kualitas layanan atau *Total Quality Service* yang diberikan oleh pihak Rumah sakit. Kualitas layanan itu sendiri didasarkan pada misi dari Rumah Sakit yang bersangkutan, yang biasanya dibentuk oleh lima dimensi yaitu kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Berdasarkan landasan teori diatas dapat disusun suatu kerangka.



Dari kerangka berfikir tersebut dapat dijelaskan bahwa Rumah sakit Kumala Siwi memiliki Misi, yang mana misi tersebut merupakan rangkaian langkah-langkah yang digunakan sebagai pedoman oleh pihak Rumah Sakit dalam

rangka mencapai Visi maupun Tujuan yang hendak dicapai oleh Rumah Sakit tersebut.

Misi dari rumah sakit tersebut berisi mengenai tindakan atau pelayanan yang seharusnya dilakukan terhadap pasien yang datang, tindakan atau pelayanan tersebut dinilai berdasarkan lima dimensi pelayanan yang digunakan, yakni meliputi : kehandalan, jaminan, *responsivitas* (daya tanggap), wujud (bukti fisik), serta empati. Dari dimensi itulah yang nantinya akan berdampak pada masyarakat (pasien) yang menggunakan jasa pelayanan tersebut. Dan persepsi yang masyarakat terima atas pelayanan yang diberikannya tersebut nantinya akan berdampak terhadap reputasi Rumah Sakit tersebut, atau masyarakat memberikan *feedback* terhadap Rumah Sakit atas pelayanan yang telah diterimanya.

#### **D. Daftar Pertanyaan**

Pertanyaan ini ditujukan untuk pengguna jasa Rumah Sakit Kumala siwi, maupun masyarakat sekitar yang pernah menggunakan jasa rumah sakit yang bersangkutan.

1. Menurut anda Bagaimana pelayanan yang anda terima saat pertama kali datang ke rumah sakit kumala siwi ini ?
2. Menurut anda bagaimana sikap para perawat atau petugas kesehatan yang lain saat melayani para pasien ?
3. Menurut anda bagaimana kinerja para petugas kesehatan yang ada di Rumah Sakit ini ?
4. Menurut anda apakah fasilitas dan suasana tempat ataupun ruangan yang diberikan sudah termasuk dalam kategori aman dan nyaman ?
5. Menurut anda Apakah proses administrasi cukup mudah atau sebaliknya ?
6. Apakah pelayanan yang diberikan oleh pihak rumah sakit sudah sesuai dengan apa yang dijanjikan ?
7. Menurut anda Bagaimana pelayanan yang seharusnya diterapkan oleh pihak rumah sakit ?
8. Menurut anda bagaimana pelayanan yang seharusnya diterapkan, agar semua pengguna jasa merasa puas dengan pelayanan rumah sakit ini ?
9. Bagaimana sikap para petugas kesehatan disini, apabila anda mengalami kesulitan ?

10. Apakah para petugas disini cukup membantu ketika ada pasien yang mengalami kesulitan ?

Pertanyaan ini ditujukan bagi pihak rumah sakit yang bersangkutan.

1. Kapan rumah sakit kumala siwi ini berdiri ?
2. Siapa pelopor berdirinya rumah sakit ini ?
3. Motif apa yang melatar belakangi berdirinya rumah sakit ini ?
4. Apa visi dan atau tujuan dari rumah sakit kumala siwi ini ?
5. Apa saja misi yang diterapkan di Rumah sakit ini, guna mencapai visi yang sudah ditetapkan ?

