

**STRATEGI PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN
PELANGGAN DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi
Pada Toko Eltech Komputer Desa Petung Kecamatan Panceng Kabupaten
Gresik)**

Muhammad Masyhur
Masyhurmuhammad103@gmail.com
Rahmando Radenal Dewantara
masdenal13@gmail.com

Sekolah Tinggi Ekonomi Syari'ah Al-Falah Gresik, Indonesia

Abstract

Formulation of the problem: First, what is the service strategy at the Eltech computer shop in Petung village, Panceng subdistrict, Gresik district. Second, what is the level of customer satisfaction with the service strategy at the Eltech computer shop in Petung village, Panceng sub-district, Gresik district. Third, how to analyze service strategies in increasing customer satisfaction from an Islamic economic perspective. This research aims to analyze the service strategy implemented by the Eltech Computer Store in increasing customer satisfaction from an Islamic economic perspective. The research method used is a qualitative approach with data collection through observation, interviews and documentation. The research results show that the Eltech Computer Store has implemented several service strategies which include a friendly attitude, effective communication, trustworthiness, and service guarantees. However, there are several aspects that need to be improved, such as service speed and service equipment maintenance. From an Islamic economic perspective, the service strategy implemented is in accordance with the principles of morality and *maslahah* which emphasize honesty, responsibility and customer welfare. In conclusion, implementing a good service strategy not only increases customer satisfaction and loyalty, but also provides a competitive advantage for Eltech Computer Stores.

Keywords: Service Strategy, Customer Satisfaction

Pendahuluan

Era persaingan bisnis yang semakin ketat ini, suatu perusahaan akan memenangkan persaingan jika dapat menciptakan nilai dan memberikan kepuasan pelanggan melalui penyampaian barang atau jasa yang berkualitas. Pemenuhan

kebutuhan serta nilai kualitas jasa sangat ditentukan oleh kepuasan pelanggan. Pelayanan yang kurang memuaskan akan menyebabkan berkurangnya pelanggan atau bahkan hilang karena pelanggan berpindah ke perusahaan lain. Hal ini menjadi

tantangan besar bagi perusahaan dalam membangun citra perusahaan dan memberikan pelayanan yang memuaskan.

Oleh karena itu perusahaan perlu mengetahui perilaku pelanggan dalam membeli, menggunakan, dan mengevaluasi jasa dalam rangka pemenuhan kebutuhan dan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan titik utama bagi perusahaan karena akan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hal ini dimaksudkan agar seluruh barang atau jasa yang ditawarkan akan mendapat tempat yang baik dimata masyarakat. Kepuasan pelanggan akan muncul apabila kualitas pelayanan baik, dimana kualitas pelayanan yang baik mencakup lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu : bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat diantaranya hubungan yang baik antara perusahaan dengan pelanggan,

memungkinkan pembelian ulang, dan tercipta loyalitas pelanggan.¹

Berdasarkan pada hal di atas dapat dikatakan bahwa sebuah usaha haruslah mampu memberikan sebuah pelayanan yang memuaskan dimana pelayanan memuaskan tersebut dapat dijadikan sebagai sebuah keunggulan dibandingkan dengan usaha pertokoan lainnya sehingga mampu bertahan dalam iklim persaingan yang ketat. Pelayanan yang memuaskan tersebut akan menimbulkan tingkat kepuasan pelanggan. Seorang pelanggan yang puas adalah pelanggan yang merasa mendapatkan nilai dari penjual produk.

Nilai ini bisa berasal dari produk, pelayanan, sistem atau sesuatu yang bersifat emosi. Jika pelanggan mengatakan bahwa nilai adalah produk yang berkualitas, maka kepuasan terjadi jika pelanggan mendapatkan produk yang berkualitas. Jika nilai bagi pelanggan adalah kenyamanan maka kepuasan datang apabila pelayanan yang

¹ Tjiptono, Fandy. 2008. *Service Management : Mewujudkan Layanan Pelanggan*, Edisi Kedua. Yogyakarta :CV. Andi offset. h. 2

diperoleh benar-benar nyaman. Produk yang bisa memuaskan adalah yang dapat memberikan sesuatu yang dicari oleh pelanggan. Dalam konteks teori perilaku konsumen, kepuasan lebih banyak didefinisikan dari perspektif pengalaman konsumen setelah mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk.²

Pelayanan memuaskan adalah upaya yang dilakukan oleh perusahaan atau organisasi untuk memberikan pelayanan yang memenuhi dan memuaskan kebutuhan pelanggan. Pelayanan memuaskan merupakan standar tertinggi dalam bisnis layanan pelanggan, yang bertujuan untuk meningkatkan citra dan reputasi perusahaan di bidang layanan. Beberapa aspek yang menjadi kunci dalam memberikan pelayanan memuaskan yaitu Kenyamanan: Pelayanan memuaskan harus membuat pelanggan merasa nyaman dan puas. Kecepatan: Pelayanan memuaskan harus dilakukan dengan cepat, sehingga pelanggan tidak

perlu menunggu lama. Proaktif: Pelayanan memuaskan harus dilakukan secara proaktif, sehingga toko dapat melakukan follow up kepada pelanggan dan menawarkan produk atau layanan yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Tanggung Jawab: Pelayanan memuaskan harus dilakukan dengan tanggung jawab, sehingga pelanggan merasa bahwa perusahaan mengambil tanggung jawab atas kebutuhan dan permintaan mereka.³

Kualitas pelayanan kepada pelanggan merupakan faktor terpenting, dimana pelanggan semakin bersifat kritis dalam memilih perusahaan jasa perbaikan atau jual beli barang-barang elektronik mana yang akan digunakan. Pelanggan akan menggunakan jasa suatu perusahaan jika perusahaan dapat melayani pelanggannya dengan baik. Pelanggan akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan baik atau sesuai dengan yang diharapkan. Didalam mengukur kualitas jasa, ada

² Amaliah, Pelayanan Memuaskan, Bandung: pustaka media. 2012, h.2

³ Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th ed). Pearson Education, Inc. Halaman 173-174.

lima determinan kualitas pelayanan seperti dalam hal kebersihan dan sarana (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), kecepatan dan pemberian informasi yang lengkap dan akurat (*responsiveness*), memberikan perhatian yang tulus (*empathy*), dan memberikan kenyamanan dan keamanan (*assurance*), dengan dipenuhinya hal ini maka kesenjangan antara perusahaan dengan pelanggannya tidak terjadi.⁴

Toko Eltech Komputer merupakan usaha yang bergerak di bidang jasa perbaikan atau jual beli barang-barang elektronik. Toko Eltech Komputer dengan secara geografis terletak di Jalan Kh. Syukur, RT.15/RW.05, Desa Petung, Kecamatan Panceng, Kabupaten Gresik. Toko Eltech Komputer berdiri pada tanggal 23 Desember 2001, pada awalnya berdiri sampai sekarang Toko Eltech Komputer ini telah melayani berbagai macam jasa diantaranya seperti servis Laptop,

servis Komputer, dan service Printer. Toko ini juga melayani tempat jual beli Laptop, Komputer, Printer, Aksesoris Komputer, dan juga CCTV. Dengan berbagai macam pelayanan jasa itu Toko Eltech Komputer mampu dan siap melayani pelayanan tiap harinya kecuali hari minggu.

Berdasarkan dari hasil penelitian yang di lakukan pada tanggal 28 Januari 2024 di Toko Eltech Komputer Desa Petung Kecamatan Panceng Kabupaten Gresik, salah satu tugas dari Toko Eltech Komputer Desa Petung Kecamatan Panceng Kabupaten Gresik adalah memberikan pelayanan jasa servis komputer dan jual beli barang-barang elektronik kepada masyarakat. Dalam perusahaan jasa perbaikan atau jual beli barang-barang elektronik terjadi karena adanya penyelesaian servis yang tidak tepat waktu, mengalami kejadian eror pada komputer setelah diservis, hingga kurangnya komunikasi yang baik dari pihak toko servis. Yang dilakukan oleh perusahaan jasa perbaikan atau jual beli barang-barang elektronik

⁴ Zeithaml, V.A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services Marketing: Integrating Customer Fokus Across the firm* (7th ed). McGraw-Hill Education. Halaman 109-110

tersebut dalam pelayanan yang mengakibatkan kerugian terhadap para pelanggan. Dalam salah satu kasus pelayanan servis komputer seorang pelanggan yang bernama Bagus Aji Pangestu salah satu warga Petung menceritakan, Dia memiliki komputer yang mengalami masalah dengan kinerja lambat. Lalu membawa komputer tersebut ke Toko Eltech Komputer untuk diperbaiki. Namun, setelah menyerahkan komputernya, mereka memberi perkiraan waktu penyelesaian selama 2 hari. Namun,

setelah 2 hari berlalu, Bagus belum menerima kabar atau pembaruan mengenai status perbaikan komputernya. Kemudian mencoba menghubungi Toko Eltech Komputer, tetapi tidak mendapatkan tanggapan yang memadai. Akhirnya, setelah 1 minggu berlalu, Bagus baru menerima komputer yang telah diperbaiki. Dari permasalahan diatas hal ini menyebabkan ketidaknyamanan, ketidakpastian, dan ketidakpuasan bagi pelanggan, serta kurangnya komunikasi yang baik dari pihak toko service.

Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif Menurut Sukmadinata, dasar penelitian kualitatif adalah konstruktivisme yang berasumsi bahwa kenyataan itu berdimensi jamak, interaktif dalam suatu pertukaran pengalaman sosial yang diinterpretasikan oleh setiap individu.⁵ Penelitian ini menggunakan metode kualitatif

karena peneliti menganggap permasalahan yang diteliti memerlukan data yang akurat dari para narasumber yang dilakukan dengan metode alamiah yakni interview. Penelitian ini berfokus pada meningkatkan kepuasan pelanggan ditinjau dari perspektif ekonomi Islam.

Pengertian teknik pengumpulan data menurut Djaman Satori dan Aan Komariah merupakan pengumpulan data dalam penelitian ilmiah adalah prosedur sistematis untuk

⁵ Sukmadinata.2005. "Metode Penelitian Kualitatif". [http:// id.m.Wikipedia. org](http://id.m.wikipedia.org). page.2

memperoleh data yang diperlukan.⁶

Strategi Pelayanan Pada Toko Eltech Komputer Desa Petung Kecamatan Panceng Kabupaten Gresik

Toko Eltech Komputer, mengenai strategi pelayanan dalam menjalankan kegiatan pelayanannya. Strategi atau kegiatan yang dilakukan mencakup beberapa hal, yaitu:

1. Bersikap Ramah Toko Eltech Komputer juga selalu menerapkan prinsip ini, sebab prinsip ini yang nantinya akan di nilai oleh pelanggannya langsung, bagaimana pelayanan yang diberikan karyawan ketika ada pelanggan yang baru datang.

2. Komunikatif

Pada strategi ini karyawan yang ada di Toko Eltech Komputer dituntut untuk pandai berkomunikasi dengan baik dengan pelanggannya, dan harus bisa menilai bagaimana karakteristik pelanggannya, sebab setiap pelanggan memiliki karakteristik yang berbeda-beda, sehingga

karyawan harus mampu memahami bagaimana karakter dan sifat pelanggannya.

3. Amanah

Yang dimaksud dalam amanah yang ada di Toko Eltech Komputer tersebut yang berkaitan dengan strategi pelayanan yang memuaskan adalah harus amanah dalam melayani pelanggan di Toko Eltech

4. Jaminan

Bentuk jaminan yang lain yaitu jaminan terhadap pegawai yang memiliki perilaku kepribadian (personality behavior) yang baik dalam memberikan pelayanan.⁷

Pelayanan yang memberikan kepuasan kepada pelanggan pada akhirnya juga akan mampu meningkatkan image perusahaan sehingga citra perusahaan dimata pelanggannya terus meningkat pula. Dengan memiliki citra yang baik, segala yang dilakukan perusahaan akan dianggap baik pula. Memberikan pelayanan bukanlah pekerjaan yang mudah, akan tetapi bila pekerjaan tersebut dapat

⁶ Djaman Satori dan Aan Komariah.2023. "Teknik Pengumpulan Data",h.1

⁷ M. Supriyanto, Wawancara, Petung 15 Januari 2024

dilakukan dengan baik maka perusahaan yang bersangkutan akan dapat meraih manfaat yang besar.

Toko Eltech Komputer di Desa Petung, Kecamatan Panceng, Kabupaten Gresik, telah menerapkan tingkatan kepuasan pelanggan pada strategi pelayanan yang baik, termasuk komunikasi yang jelas, amanah dan tanggung jawab, serta sikap ramah dan perilaku baik. Strategi ini dapat meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan karena pelanggan merasa bahwa toko memperhatikan kebutuhan dan keinginan mereka. Hal ini dapat berdampak pada loyalitas pelanggan dan meningkatkan reputasi toko.

Toko Eltech Komputer telah berhasil meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan dengan menerapkan beberapa strategi pelayanan yang berfokus pada kualitas dan kepuasan layanan kepada pelanggan. Strategi ini termasuk memberikan layanan service yang cepat dan akurat, memberikan sikap yang hangat terus-menerus kepada pelanggan, memperkuat hubungan dengan pelanggan, dan memastikan bahwa

toko selalu memiliki stok yang cukup. Dengan demikian, toko ini dapat terus meningkatkan kepuasan pelanggan dan mempertahankan loyalitas mereka.

Strategi pelayanan merupakan pendekatan yang digunakan oleh Toko Eltech Komputer untuk memberikan layanan yang efektif, efisien, dan memuaskan kepada pelanggan mereka yang membutuhkan perbaikan atau layanan terkait komputer.

Toko Eltech Komputer menerapkan strategi pelayanan yang bertujuan untuk memperbaiki kepuasan pelanggan. Strategi ini mencakup beberapa elemen utama yang berkontribusi terhadap kesuksesan pada toko:

Komunikasi yang Jelas, amanah dan tanggung jawab, sikap ramah dan perilaku baik.

Berdasarkan penelitian dan pengamatan strategi pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap persepektif ekonomi Islam, peneliti membuat analisis mengenai strategi pelayanan tersebut. Sebagaimana diketahui bahwa

keempat poin yang harus dilakukan pada Toko Eltech Komputer sudah terlaksana dengan baik. Namun dengan demikian bahwa pelayanan yang dilakukan oleh karyawan Toko Eltech Komputer seperti yang dijelaskan termasuk dalam kategori yang baik, hanya saja ada beberapa kekurangan-kekurangan sedikit yang perlu ditingkatkan lagi seperti pelayanan dalam menangani pelanggan harus lebih cepat lagi, sehingga pelanggan pun tidak menunggu terlalu lama untuk membeli produk atau servis ke Toko Eltech Komputer. Kemudian clean and clear prasarana seperti sistem

atau alat pada penyervisan supaya tidak mudah rusak dan tidak sering mengalami error pada saat penyervisan berlangsung, dan perlu adanya tambahan strategi dalam meningkatkan kepuasan pelanggan setiap tahunnya.

Dengan menonjolkan nilai-nilai diatas, Toko Eltech Komputer tidak hanya berusaha untuk memenuhi harapan pelanggan, tetapi juga untuk membangun hubungan jangka panjang yang kuat dengan mereka. Ini adalah strategi yang cerdas dalam membangun reputasi dan loyalitas pelanggan di pasar komputer yang kompetitif.

Kesimpulan

Strategi Pelayanan, Toko Eltech Komputer menerapkan strategi pelayanan yang berfokus pada sikap ramah, komunikasi efektif, amanah, dan memberikan jaminan layanan. Masalah Pelayanan, Meskipun strategi ini ada, pelaksanaannya sering kali tidak efektif. Karyawan tidak selalu mampu menyelesaikan masalah dengan cepat, komunikasi sering kali lambat dan tidak jelas,

serta jaminan keamanan dan kenyamanan tidak selalu dipenuhi. Tentang Kendala Utama, Kecepatan pelayanan yang lambat dan kualitas pemeliharaan alat servis yang kurang memadai menjadi kendala utama yang dirasakan pelanggan. Kepuasan Rendah, Banyak pelanggan merasa tidak puas dengan layanan yang diberikan. Mereka mengalami frustrasi karena masalah yang tidak

terselesaikan dengan cepat, komunikasi yang tidak efektif, dan ketidakpastian dalam jaminan layanan. Dampak pada Loyalitas, Ketidakpuasan ini mengakibatkan penurunan loyalitas pelanggan. Mereka cenderung tidak kembali atau merekomendasikan toko kepada orang lain, yang berdampak negatif pada reputasi dan kepercayaan terhadap toko. Dalam ekonomi Islam, pelayanan yang amanah, jujur,

dan berkualitas tinggi adalah keharusan. Kegagalan Toko Eltech Komputer dalam memenuhi janji pelayanan, menjaga kualitas, dan bersikap adil terhadap pelanggan bertentangan dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam yang menekankan kejujuran, transparansi, dan tanggung jawab. Hal ini merugikan kepercayaan pelanggan dan bertentangan dengan etika bisnis Islam.

Daftar Pustaka

- Tjiptono, Fandy. 2008. Service Management : Mewujudkan Layanan Pelanggan, Edisi Kedua. Yogyakarta :CV. Andi offset. h. 2*
- Amaliah, Pelayanan Memuaskan, Bandung: pustaka media. 2012, h.2*
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th ed). Pearson Education, Inc. Halaman 173-174.*
- Zeithaml, V.A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018).*
- Services Marketing: Intergrating Customer Fokus Across the firm (7th ed). McGraw-Hill Education. Halaman 109-110*
- Sukmadinata.2005. "Metode Penelitian Kualitatif". <http://id.m.wikipedia.org>. page.2*
- Djaman Satori dan Aan Komariah.2023. "Teknik Pengumpulan Data",h.1*
- M. Supriyanto, Wawancara, Petung 15 Januari 2024*