

Pengaruh Kualitas Pelayanan dalam Tinjauan Ekonomi Syariah Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan PT. Serkolinas Aman Nusantara Unit Surakarta

Rizka Putri Ramadhany

Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia

*Email correspondence: riskaputri5525@gmail.com

Abstract

This study aims to determine and analyze the effect of service quality on the level of customer satisfaction at PT. Serkolinas Aman Nusantara Unit Surakarta. This study used 74 respondents as the research sample and the sampling technique used non-probability sampling method with purposive sampling technique. The data analysis method used is quantitative analysis method which includes validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression analysis, hypothesis testing through t-test, F-test and coefficient of determination test (R^2 test). The results of the F-test test are that all variables of physical evidence, reliability, responsiveness, assurance, and empathy have a simultaneous effect on the level of customer satisfaction with the results of the test $F_{arithmetic} > F_{table}$ ($4.73 > 2.34$). Testing the t-test hypothesis showed that the tangibles variable had a positive and significant effect on the level of customer satisfaction with a significant level of physical evidence being $0.17 < 0.05$ and the t-count value (2.108) $>$ t-table value (1.667). The reliability variable has a positive and insignificant effect with the results of a significant reliability value of $0.857 > 0.05$, and the t-count value (0.181) $<$ t-table value (1.667). The responsiveness variable has a positive and significant effect on the level of customer satisfaction with a significant value of responsiveness $0.049 < 0.05$, and the value of t count (2008) $>$ the value of t table (1.667). The guarantee variable has a positive and significant impact on the level of customer satisfaction with a significant guarantee value of $0.011 < 0.05$, and the value of t count (2.619) $>$ t table value (1.666) $0.11 < 0.05$. Empathy variable has a positive and insignificant effect on the level of customer satisfaction with a significant empathy value of $0.394 > 0.05$, and the t-count value (0.858) $<$ t-table value (1.667). The test of the coefficient of determination (R^2) seen in the Adjusted R Square of 0.604 indicates that 60.4% of customer satisfaction at PT. Serkolinas Aman Nusantara Unit Surakarta can be explained by the service quality variable and the remaining 39.6% can be explained by variables not examined in this study.

Keywords: Customer Satisfaction, Tangibles, Reliability, Responsiveness Assurance, Empathy.

Citation suggestions: Ramadhany, R. P. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dalam Tinjauan Ekonomi Syariah Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan PT. Serkolinas Aman Nusantara Unit Surakarta. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam dan General*, 1(02), 115-119. doi: -

DOI: -

1. PENDAHULUAN

Ketersediaan tenaga listrik merupakan aspek yang sangat penting dan bahkan menjadi suatu parameter untuk mendukung keberhasilan pembangunan suatu daerah. Pengelolaan sumber daya energi listrik yang tepat dan terarah dengan jelas akan menjadikan potensi yang dimiliki suatu wilayah berkembang dan dimanfaatkan secara optimal. Listrik sebagai sumber energi dan penerangan, merupakan kebutuhan yang paling mendasar bagi manusia. Ketergantungan manusia akan listrik terjadi karena listrik merupakan satu-satunya energi yang mampu menjalankan segala bentuk aktivitas operasional, pengelolaan, pengendalian sarana komunikasi dan informasi di kantor, perusahaan, instansi pendidikan maupun kegiatan rumah tangga. Sehingga tidak dapat dipungkiri bahwa hampir keseluruhan aktivitas kehidupan sehari-hari manusia tidak dapat terlepas dari penggunaan tenaga listrik (Nurjanah, 2016).

Meningkatnya perusahaan jasa pada bidang ketenagalistrikan yang berdiri di Indonesia khususnya di Surakarta membuat para pelanggan semakin mencari perusahaan mana yang senantiasa memberi pelayanan yang baik demi tercapainya suatu kepuasan pelanggan yang terdapat pada perusahaan tersebut. *Good quality of service* adalah aspek penting di mana perusahaan harus memilikinya sehingga pelanggan dapat merasa puas.

Tingkat kepuasan pelanggan pada umumnya memiliki hubungan erat pada sebuah kualitas pelayanan yang telah diberikan oleh perusahaan. Setiap perusahaan dituntut untuk memberikan pelayanan yang memuaskan pada setiap pelanggan agar perusahaan tetap dapat mempertahankan bisnisnya di tengah persaingan dunia bisnis yang mulai meningkat. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, maka semakin baik pula tingkat kemajuan perusahaan tersebut.

Sebagai seorang muslim, kepuasan pelanggan dalam ilmu ekonomi islam disebut sebagai qona'ah yang merupakan cerminan kepuasan seseorang pelanggan baik dilihat secara batiniah ataupun lahiriah. Pelayanan yang diberikan secara optimal oleh perusahaan akan berpengaruh baik pula pada kualitas perusahaan tersebut. Tingkat kepentingan adalah suatu keyakinan pelanggan sebelum mencoba atau membeli sebuah produk atau jasa yang suatu ketika akan dijadikan standar acuan dalam penilaian kinerja produk jasa tersebut. Dalam hal ini juga telah dijelaskan pada Al-Quran yang terdapat pada surat Al-Imran ayat 159.

Artinya : 'Maka berkat rahmat Allah engkau (Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya engkau bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekitarmu. Karena itu maafkanlah mereka dan mohonkanlah ampunan untuk mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sungguh, Allah mencintai orang yang bertawakal'.

Arti dari surat Al-Imran ayat 159 di atas dapat kita pahami bahwasanya suatu kebaikan akan datang kepada kita apabila kita dapat bersifat dan berperilaku lemah lembut kepada orang lain. Sedangkan jika kita berperilaku kasar serta berhati keras maka orang-orang akan meninggalkan kita. Seperti halnya yang terjadi dalam ruang lingkup perusahaan. Kepuasan pelanggan sangat bergantung dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan. Oleh karena itu karyawan diharapkan untuk mampu bersikap baik terhadap pelanggan dan menjaga perilaku serta lisan pada setiap pelanggan. Hal ini adalah salah satu cara untuk mendekatkan pelanggan terhadap perusahaan.

Kualitas pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang di sediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen atau pelanggan (Ratminto dan Atik, 2012).

Sebuah perusahaan yang berdiri tidak akan pernah terlepas dari suatu masalah dan *issue* terkini yang dapat menyebabkan naik turunnya minat masyarakat terhadap perusahaan tersebut. Menurut pengamatan singkat yang telah dilakukan oleh peneliti terhadap pelanggan PT. Serkolinas Aman Nusantara Unit Surakarta terdapat beberapa permasalahan yang berupa keterlambatan pelayanan, ketidakpastian waktu dan biaya pelayanan. Beberapa hal tersebut akan menimbulkan pemikiran-pemikiran negatif dari pelanggan. Pelayanan pelanggan merupakan unsur yang penting dalam usaha peningkatan kepuasan pelanggan, oleh karena itu suatu perusahaan harus memberikan pelayanan yang prima terhadap pelanggan.

Susanto (2011) berpendapat bahwa pelanggan memang harus dipuaskan, sebab bila mereka tidak puas mereka akan meninggalkan perusahaan dan menjadi pelanggan pesaing, ini akan menyebabkan penurunan penjualan yang tentunya akan menurunkan laba atau membuat kerugian. Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan yang merasa puas.

Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang, terciptanya loyalitas pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of-mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan 74 responden sebagai sampel penelitian dan teknik pengambilan sampel menggunakan metode non-probability sampling dengan teknik purposive sampling. Metode analisis data yang

digunakan adalah metode analisis kuantitatif yang meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, pengujian hipotesis melalui uji t, uji F dan uji koefisien determinasi (uji R²).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji-t dilakukan untuk menguji secara parsial variabel bebas yaitu kualitas pelayanan (X) yang terdiri dari variabel bukti fisik (X¹), keandalan (X²), daya tanggap (X³), jaminan (X⁴), dan empati (X⁵) terhadap variabel terikat (Y) berupa kepuasan pelanggan PT. Serkolinas Aman Nusantara. Hasil pengujian adalah :

Tingkat kesalahan (α) = 5% dan derajat kebebasan (df) = (n-k)

n = jumlah sampel

n = 74

k = jumlah variabel yang digunakan

k = 6 Derajat kebebasan / degree of freedom (df) = (n-k) = 74 - 6 = 68

Uji-t yang dilakukan adalah uji dua arah, maka t_{tabel} yang digunakan adalah t 0.05 : 68 = 1,66

Tabel 1 Hasil Uji-t
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.142	4.882		2.053	.026
BuktiFisik	.109	.099	.132	2.108	.017
Keandalan	.023	.129	.020	.181	.857
Ketanggapan	.288	.143	.228	2.008	.049
Jaminan	.310	.118	.295	2.619	.011
Empati	.116	.136	.097	.858	.394

a. Dependent Variable: KepuasanPelanggan

Pada tabel di atas dapat dilihat bahwa:

- Variabel bukti fisik berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Serkolinas Aman Nusantara. Hal ini terlihat dari nilai signifikan bukti fisik $0.017 < 0.05$, dan nilai t_{hitung} (2.108) > nilai t_{tabel} (1.667) artinya jika ditingkatkan variabel bukti fisik sebesar satu satuan (unit) maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0.109 satuan (unit).
- Variabel keandalan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Serkolinas Aman Nusantara. Hal ini terlihat dari nilai signifikan keandalan $0.857 > 0.05$, dan nilai t_{hitung} (0.181) < nilai t_{tabel} (1.667) artinya jika ditingkatkan variabel keandalan sebesar satu satuan (unit) maka kepuasan pelanggan tidak akan meningkat sebesar 0.023 satuan (unit).
- Variabel ketanggapan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Serkolinas Aman Nusantara. Hal ini terlihat dari nilai signifikan daya tanggap $0.049 < 0.05$, dan nilai t_{hitung} (2.008) > nilai t_{tabel} (1.667) artinya jika ditingkatkan variabel daya tanggap sebesar satu satuan (unit) maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0.288 satuan (unit).
- Variabel jaminan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Serkolinas Aman Nusantara. Hal ini terlihat dari nilai signifikan jaminan $0.011 < 0.05$, dan nilai t_{hitung} (.619) > nilai t_{tabel} (1.667) artinya jika ditingkatkan variabel jaminan sebesar satu satuan (unit) maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,173 satuan (unit).
- Variabel empati tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Serkolinas Aman Nusantara. Hal ini terlihat dari nilai signifikan empati $0.394 > 0.05$, dan nilai t_{hitung} (0,858) < nilai t_{tabel} (1,667) artinya jika ditingkatkan variabel empati sebesar satu satuan (unit) maka kepuasan pelanggan tidak akan meningkat sebesar 0,116 satuan (unit).

Uji-f pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh bersama-sama terhadap variabel terikat. Uji-F digunakan untuk melihat secara bersama-sama variabel

bebas yaitu Kualitas Pelayanan terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan. Untuk menentukan nilai F_{tabel} maka diperlukan adanya derajat bebas pembilang dan derajat bebas penyebut, dengan rumus sebagai berikut:

$$df (\text{Pembilang}) = k - 1 \quad df (\text{Penyebut}) = n - k$$

Keterangan :

n = jumlah sampel penelitian

k = jumlah variabel bebas dan terikat Pada penelitian ini diketahui jumlah sampel (n) adalah 74 dan jumlah keseluruhan variabel (k) adalah 6, sehingga diperoleh : $df_1 = k - 1 = 6 - 1 = 5$

$$df_2 = n - k = 74 - 6 = 68 \text{ Maka } F_{\text{tabel}} 0.05 (5 ; 68) = 2.34$$

Hasil Uji F dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 2 Hasil Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	72.111	5	14.422	4.737	.001 ^b
Residual	207.038	68	3.045		
Total	279.149	73			

a. Dependent Variable: KepuasanPelanggan

b. Predictors: (Constant), Empati, Ketanggapan, Jaminan, Keandalan, BuktiFisik

Hasil pengujian ANOVA dengan menggunakan uji-F pada Tabel 4.12 memperlihatkan nilai F_{hitung} adalah 4.737 dan tingkat signifikansinya (0,001), dengan $df_1 = 5$ dan $df_2 = 68$ maka nilai F_{tabel} adalah 2.34, dimana $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ ($4.73 > 2.34$). Dengan hasil tersebut berarti H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya secara serentak terdapat pengaruh secara simultan dari variabel-variabel independen yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati terhadap variabel dependen yaitu pelanggan PT. Serkolinas Aman Nusantara.

Pengujian koefisien determinan digunakan untuk mengukur seberapa besar kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Koefisien determinasi berkisar antara nol sampai dengan satu ($0 < R^2 < 1$). Jika R^2 semakin besar (mendekati satu), maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel bebas (X) adalah besar terhadap variabel terikat (Y). Sebaliknya, jika R^2 semakin kecil (mendekati nol), maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel bebas (X) adalah kecil terhadap variabel terikat (Y).

Tabel 3 Hasil Uji R^2

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.508 ^a	.558	.604	1.745

a. Predictors: (Constant), Ketanggapan, Empati, Jaminan, Keandalan, Bukti Fisik

Berdasarkan Tabel 3 dapat dilihat bahwa *Adjusted R Square* sebesar 0.604 berarti 60.4% faktor-faktor kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, dan Empati. Sedangkan sisanya 39.6% dapat dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hubungan antar variabel tergolong erat.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka peneliti dapat menyimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

- Kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati secara serentak berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna jasa pembuatan SLO (Sertifikat Laik Operasi) di PT. Serkolinas Aman Nusantara. Hal ini terlihat dari nilai F_{hitung} (4.737) $> F_{\text{tabel}}$ (2.34) dengan tingkat signifikansi 0.001.
- Secara parsial (uji t) dinyatakan bahwa bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini terlihat dari nilai t_{hitung} (2.053) $> t_{\text{tabel}}$ (1.667) dengan tingkat signifikansi $0.017 < 0.05$.

- c. Variabel keandalan, tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna jasa pembuatan SLO (Sertifikat Laik Operasi) PT. Serkolinas Aman Nusantara Unit Surakarta. Hal ini terlihat dari nilai $t_{hitung} (0.181) < t_{tabel} (1.667)$ dengan tingkat signifikansi $0.857 > 0.05$.
- d. Ketanggapan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini terlihat dari nilai $t_{hitung} (2.008) > t_{tabel} (1.667)$ dengan tingkat signifikansi $0.049 < 0.05$.
- e. Jaminan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini terlihat dari nilai $t_{hitung} (2.619) > t_{tabel} (1.667)$ dengan tingkat signifikansi $0.011 < 0.05$.
- f. Empati tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini terlihat dari nilai $t_{hitung} (0.858) < t_{tabel} (1.667)$ dengan tingkat signifikansi $0.394 > 0.05$.
- g. Berdasarkan perhitungan koefisien determinasi, hubungan antara bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Serkolinas Aman Nusantara adalah cukup erat. Adjusted R Square sebesar 0.604 berarti 60.4% faktor-faktor Kepuasan Pelanggan dapat dijelaskan oleh Bukti Fisik, Keandalan, Ketanggapan, Jaminan, dan Empati. Sedangkan sisanya 30.6% dapat dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam penelitian ini banyak bantuan, motivasi, serta bimbingan dari berbagai pihak. Dalam konteks ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua, kakak tercinta, serta seluruh keluarga penulis yang telah memberikan dukungan baik berupa moril maupun materil. Penulis juga mengucapkan banyak terimakasih kepada seluruh dosen Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia yang sudah memberikan ilmu serta dukungan sehingga saya mampu menyelesaikan pendidikan pada program sarjana ini dengan tepat waktu.

6. REFERENSI

- Ghozali. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Husein. (2012). *Study Kelayakan Bisnis*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Nurjanah. (2016). *Prakiraan Kebutuhan Energi Listrik pada PT. PLN Unit Area Pelayanan dan Jaringan (APJ) Tegal*.
- Ratminto dan Winarsih, A.S. (2012). *Manajemen Pelayanan Pengembangan Modul Konseptual, Penerapan Citizen Charter dan Standar Pelayanan Minimal*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV. Alfabeta
- Susanto. (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap di Rumah Sakit Sultan Immanudin Pangkalan Bun Kalimantan Tengah*. Jurnal Asosiasi Dosen Muhammadiyah Magister Administrasi Rumah Sakit.