

**STRATEGI PELAYANAN TEMPAT CUCI *SERVICE STATION*
TERHADAP TINGKAT KEPUASAN MASYARAKAT DALAM
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

Studi Kasus Kelurahan Wawonasa

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Dalam
Program Studi Ekonomi Syariah



Oleh:

Masrifah Hilomalo

1841057

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI MANADO**

1446 H/2025M

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul “Strategi Pelayanan Tempat Cuci *Service Station* Terhadap Tingkat Kepuasan Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Kelurahan Wawonasa)” yang disusun oleh Masrifah Hilomalo, NIM: 1841057, Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Manado, telah diuji dan dipertahankan dalam sidang munaqasyah yang diselenggarakan pada 06 Februari 2025 Bertepatan dengan 07 Dzulhijjah 1446 H dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi, Program Studi Ekonomi Syariah, dengan beberapa perbaikan.

Manado, 20 Februari 2025
21 Dzulhijjah 1446 H

DEWAN PENGUJI :

Ketua : Dr. Suprijati Sarib, M. Si
Sekertaris : Sofyan Oktavian Tubagus, M. Si
Munaqisy I : Sjamsuddin A.K. Antuli, M.A
Munaqisy II : Mutiara Nurmanita, M.Pd.,CFP
Pembimbing I : Dr. Suprijati Sarib, M. Si
Pembimbing II : Sofyan Oktavian Tubagus, M. Si


(.....)

(.....)

(.....)

(.....)

(.....)

(.....)

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam



Dr. Radiyah Hasan Jan, M.Si, CGAM., CIIC., CFP., C.AP., C.RM

NIP. 197009061998032001

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan transportasi dari zaman dahulu dan saat ini selalu mengalami perubahan terutama pada aktivitas dalam masyarakat yang dapat merubah kehidupan manusia dari segi ekonomi. Di zaman globalisasi seperti sekarang ini, sesuatu yang kita butuhkan dapat diakses secara mudah. Contohnya perkembangan transportasi yang dapat membantu kehidupan manusia. Selain itu perkembangan teknologi transportasi kita dapat mempersingkat waktu perjalanan dan tidak memerlukan waktu banyak dalam menempuh perjalanan. Perekonomian Indonesia juga semakin berkembang dan semakin banyak perubahan dan kemajuan dalam segala aspek, didukung pula dengan terciptanya fasilitas transportasi penghubung dalam bidang *automotif* yang semakin banyak dan mudah di dapatkan, salah satu fasilitas transportasi tersebut adalah kendaraan roda dua atau yang biasa disebut dengan sepeda motor.¹

Salah satu yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan atau konsumen. Keberhasilan industri jasa dalam memberikan kepuasan layanan yang berkualitas kepada pelanggannya, pencapaian pasar yang tinggi serta peningkatan laba industri jasa tersebut sangat ditentukan oleh pendekatan yang digunakan. Konsekuensi atas pendekatan kualitas jasa suatu produk memiliki peranan penting bagi strategi industri jasa untuk mempertahankan diri dan mencapai kesuksesan dalam menghadapi persaingan.²

Berkembang pesatnya kemajuan transportasi, hal ini juga sejalan dengan dibutuhkannya industri penyedia jasa dibidang transportasi, salah satunya adalah

¹ Guli Uli Wildan Nuryanto, 'Analisis Keberhasilan Usaha Cuci Sepeda Motor Di Kota Serang Dilihat Dari Besarnya Kualitas Pelayanan Dan Harga', *Jurnal Ekonomi Islam*, 8.2 (2018), h. 141-168.

² Lukman Nasution Ichsan, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Kurnia Aneka Gemilang Tanjung Morawa', *Jurnal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 4.2 (2022), h. 1281-1288.

usaha cuci motor. Menurut Kotler dan Amstrong industri jasa adalah industri yang menghasilkan suatu bentuk produk yang bersifat tidak berwujud serta tidak menghasilkan kepemilikan akan sesuatu. Perusahaan harus bekerja keras membuat kebijakan-kebijakan strategis dalam menjual jasa mereka dalam menghadapi persaingan yang ketat dengan pesaing, yang dapat memberikan *value* yang lebih besar kepada pelanggan.³

Perdagangan di negeri juga semakin meningkat dan makin banyak perubahan dan kesuksesan, didukung beserta terwujudnya fasilitas transportasi penghubung dalam bidang otomotif yang semakin tinggi. Dengan berkembangnya jumlah kendaraan roda dua di Indonesia, maka akan membuka jenis – jenis peluang usaha seperti perusahaan asuransi kendaraan roda dua, usaha bengkel, dan aksesoris roda dua, sampai dengan usaha cuci motor.

Dalam pengembangan usaha cuci motor faktor keberhasilan yang di pertimbangan oleh pelanggan berasal dari lokasi atau tempat. Lokasi menurut Huriati layanan yang dipakai pada pemasok jasa pada pelanggan yang diincar. Dengan demikian bahwa lokasi atau tempat yang nyaman dapat menarik pelanggan sehingga membuat usaha jasa cuci motor dapat bertahan lebih lama.⁴

Daya tarik sendiri untuk memperhitungkan bisnis cuci motor sebagai alternatif sebuah peluang usaha dengan melihat potensi tersebut dan hanya membutuhkan modal sedikit serta pengelolaan yang tidak rumit. Selain melihat sebuah peluang usaha yang menguntungkan dan bias meningkatkan penghasilan, usaha tersebut juga menyerap tenaga kerja yang ahli dan terlatih, yang diharapkan di kemudian hari bisa mandiri dalam melakukan pekerjaannya.

Di antara pesatnya perkembangan industri jasa, salah satu yang bersaing semakin ketat adalah bisnis cuci motor. Persaingan bisnis cuci motor saat ini semakin menjamur. Terbukti belakangan ini terus bermunculan tempat cuci motor

³ Dwitama Farhan et Al, 'Fakta Dan Analisis Perencanaan Sistem Transportasi Kota Malang Tahun 2021-2040', *Jurnal Perencanaan*, 2020, h. 413.

⁴ Madiyahana Luthfia, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Cuci Motor Mandiri', *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 7.2 (2019), h. 444-450.

baru. Karena hal ini sejalan dengan jumlah kendaraan transportasi yang semakin meningkat. Kendaraan satu ini merupakan kendaraan yang umum kita jumpai setiap hari. Sepeda motor merupakan salah satu alat transportasi favorit hampir semua orang terutama di kota-kota besar yang rentan akan kemacetan. Sepeda motor dianggap oleh masyarakat sebagai angkutan transportasi yang sangat praktis untuk mengatasi kemacetan di jalan. Hampir setiap hari pengguna motor menggunakan kendaraannya untuk bekerja dan beraktivitas.⁵

Pemilik usaha harus memiliki strategi terhadap tempat usaha yang dia bangun. Khususnya dalam bidang usaha tempat cuci sepeda motor ini. Strategi pelayanan tempat cuci sepeda motor yang baik harus bisa memberikan pelayanan yang ramah dan juga tepat waktu, memberikan hasil pencucian yang memuaskan, dapat menjaga kebersihan dan kerapihan dari tempat usaha, dapat menjaga kenyamanan dari para pelanggan, dan mungkin bisa memberikan tawaran yang menarik untuk para pelanggan. Dan untuk strategi pemasaran yang efektif agar para pelanggan mungkin dapat tertarik ke tempat cuci sepeda motor yaitu pastikan para karyawan memiliki etos kerja yang tinggi seperti ramah dan juga terampil, dengarkan masukan dan tingkatkan kualitas dari pelayanan, berikan tawaran diskon khusus untuk para pelanggan atau mungkin memberikan paket hemat layanan untuk mencuci kendaraan berkala.

Perhatian terhadap kepuasan pelayanan kepada pelanggan dari waktu ke waktu menjadi sangat penting khususnya usaha pencucian kendaraan bermotor. Dalam industri jasa, kepuasan pelayanan kepada pelanggan adalah faktor terpenting, karena pelanggan semakin bersifat kritis dalam memilih industri jasa yang akan digunakan. Kepuasan pelayanan juga harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Hal ini bahwa citra kepuasan pelayanan yang baik tidak berdasarkan persepsi penyedia jasa, akan tetapi berdasarkan persepsi pelanggan. Kebutuhan pelanggan perlu diidentifikasi

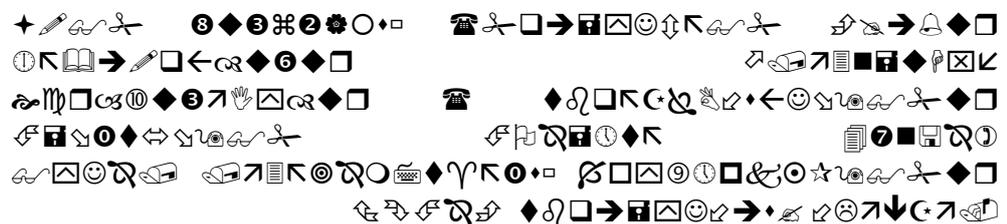
⁵ Massara Asma Wicaksono, 'Peran Sepeda Motor Bagi Masyarakat Berpendapatan Rendah Di Kota Makassar', *Jurnal Transportasi*, 18.3 (2018), h. 161-168.

secara jelas, sebagai bagian dari pengembangan produk untuk bisa sesuai dengan harapan pelanggan, dan bukan sekedar memenuhinya. Saat ini pelayanan jasa tidaklah ringan, industri dihadapkan pada persaingan tidak hanya membuat para pelanggan tertarik, namun juga membuat pelanggan meningkatkan laba industri.⁶

Dari hasil pra observasi penulis terhadap apa yang akan diteliti bahwa masyarakat yang mendatangi aktivitas cuci motor ini ada dari para pelanggan dan bukan pelanggan bahkan ada juga dari kelurahan yang jauh datang melakukan pencucian motor di tempat tersebut.

Selain itu bahwa Pemilik tempat usaha cuci motor juga memberikan kepuasan kepada para pelanggan dan pelanggan yang merupakan salah satu kunci keberhasilan usaha, karena dengan memuaskan pelanggan industri jasa tersebut bisa mampu bersaing atau mengungguli pesaingnya. Dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan selalu berusaha untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan para pelanggan lama dan baru. Oleh karena itu pelayanan perlu menguasai unsur-unsur kecepatan, ketepatan, keamanan, keramahan, dan kenyamanan.⁷ Hal itu juga yang harus diterapkan pada pencucian kendaraan bermotor tepatnya di kelurahan Wawonasa.

Dalam prinsip ekonomi Islam melakukan suatu pelayanan itu harus memiliki sifat jujur pada konsumen (pelanggan). Selain itu kreatif dan percaya diri juga mencerminkan kemauan berusaha untuk mencari dan menemukan peluang bisnis yang baru dan berwawasan. Sebagaimana firman Allah yang berbunyi :



⁶ Deka Veronica, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan', *Journal Development*, 5.1 (2017), h. 55-69.

⁷ Sholeha Ludfiyatus, 'Pengaruh Kepuasan Pelanggan Di Sumber Jaya Maha Sakti Banyuwangi', *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan Dan Sosial*, 12.1 (2018), h. 15.

Terjemahannya :

dan Katakanlah : "Bekerjalah kamu, Maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) yang mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan. **“(QS. At-Taubah : 105)”**.

Maksud dari ayat tersebut adalah anjuran bekerja dengan berbagai pekerjaan yang mendatangkan manfaat karena Allah SWT akan melihat pekerjaan yang dilakukan manusia. Bukti Allah SWT Maha melihat yakni memberi penghargaan atas pekerjaan yang dilakukan. Tugas manusia di bumi tidak hanya menunaikan ibadah saja seperti shalat, puasa, zakat dan haji, melainkan juga harus mencukupi kebutuhan hidup dengan bekerja keras. Allah SWT selalu melihat pekerjaan yang dilakukan manusia, baik yang dilakukan terang-terangan maupun rahasia. Allah SWT juga mengetahui niat dan tujuan dari pekerjaan yang dilakukan manusia. Pada akhirnya setiap perbuatan yang dilakukan akan mendapat balasan dari Allah SWT sesuai dengan apa yang diperbuat.

Cuci motor adalah peluang usaha jasa yang prospektif karena tidak semua orang mempunyai waktu luang untuk merawat dan mencuci motor nya sendiri dikarenakan kesibukan aktivitas sehari-hari. Pada umumnya, setiap pengguna motor menginginkan agar motornya selalu terlihat bersih dan nyaman saat digunakan karena hal ini akan menjadikan penggunaanya semakin percaya diri ketika bepergian kemanapun. Penyedia jasa layanan cuci motor sangat berperan aktif untuk membantu pelanggan merawat dan membersihkan motornya.⁸ Kondisi tersebut sekaligus dapat membawa dampak positif bagi wirausahawan untuk membuka usaha cuci motor. Selain itu, transportasi motor khususnya di Kota

⁸ Harliana Elsa Wahyu Kamil, 'Analisis Kelayakan Bisnis Start Up Cuci Motor Di Kota Tangerang Selatan', *Jurnal Mitra Manajemen*, 3.8 (2019), h. 845.

Manado Kelurahan Wawonasa yang terus mengalami kenaikan dari tahun ke tahun dapat menjadikan usaha cuci motor ini berpeluang menjadi usaha besar yang sangat menguntungkan.

Dari pemaparan tersebut maka penulis tertarik untuk mengkaji dan menuangkan ke dalam bentuk proposal skripsi dengan judul “**Strategi Pelayanan Tempat Cuci *Service Station* Terhadap Tingkat Kepuasan Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Kelurahan Wawonasa)**”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka identifikasi masalah yang akan dijadikan bahan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Proses pencucian kendaraan yang dilakukan di tempat cuci *service station*
2. Hasil dari pencucian kendaraan di tempat cuci *service station*
3. Pelayanan yang diberikan oleh pemilik dan karyawan di tempat cuci *service station*
4. Tempat cuci yang masih menggunakan pencucian manual

C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah, batasan masalah ini digunakan untuk membatasi pembahasan. Batasan masalah dalam penelitian ini berfokus pada Strategi pelayanan tempat cuci *service station* terhadap tingkat kepuasan masyarakat dalam perspektif ekonomi Islam (studi kasus kelurahan wawonasa)

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut penulis dapat memberikan rumusan masalah sebagai berikut : Bagaimana strategi pelayanan tempat cuci *service station* terhadap tingkat kepuasan masyarakat dan Bagaimana strategi pelayanan tempat cuci *service station* tersebut terhadap perspektif ekonomi Islam?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pelayanan tempat cuci *service station* terhadap tingkat kepuasan masyarakat dalam perspektif ekonomi Islam (studi kasus kelurahan wawonasa)

F. Kegunaan Penelitian

Kegunaan hasil penelitian yang diharapkan adalah sebagai berikut :

1. Secara Teoritis

Diharapkan segala teori yang dirangkum dalam penelitian ini serta data yang dikumpulkan bisa menjadi sarana pengembangan teori untuk memberikan pemahaman baru serta meningkatkan wawasan mengenai strategi tentang pelayanan di tempat cuci kendaraan.

2. Secara praktis

a. Manfaat bagi penulis

Menambah pengetahuan kepada penulis serta mengembangkan pola pikir penulis mengenai Strategi Pelayanan Tempat Cuci *Service Station* Terhadap Tingkat Kepuasan Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam

b. Bagi instansi

Diharapkan bisa menjadi bahan masukan dan sekiranya dapat dipergunakan sebagai dasar pertimbangan pada pihak instansi tersebut.

G. Definisi Operasional

Untuk mendapatkan pengertian yang spesifik tentang judul diatas serta menghindari kesalahan penafsiran, peneliti memandang perlu memberikan penjelasan terhadap variabel penelitian yang terkait dengan pembahasan ini :

1) Strategi Pelayanan

Strategi Pelayanan merupakan cara untuk mencapai suatu tujuan yang dilakukan melalui jasa berupa sikap, kecepatan, hubungan ataupun hal lain guna memperoleh kepuasan konsumen.⁹

2) Tingkat Kepuasan Masyarakat

Kepuasan Masyarakat merupakan respon terhadap kinerja organisasi publik, faktor utama penentu kepuasan masyarakat adalah persepsi terhadap kualitas jasa.¹⁰

3) Tempat cuci motor

Tempat cuci motor adalah industri jasa yang di mana jasa tersebut ditawarkan kepada masyarakat sekitar untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.¹¹

4) Ekonomi Islam

Ekonomi Islam yaitu sebuah sistem perekonomian yang menjadikan syariat-syariat Islam sebagai landasan dasar dalam setiap hukum dan aktivitas yang berlaku di dalamnya.¹²

H. Hasil Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Peneliti	Metode Penelitian	
			Persamaan	Perbedaan
1.	Ketut Depi Yana (2020)	Analisis Strategi Bisnis Cucian Mobil Dan Motor (Studi	Dalam penelitian ini penulis sama-	Ketut Depi Yana membahas mengenai Analisis

⁹ M.Si Prof. Arifin Tahir, M.Si, Ahmad Rizak Daud, S.IP., M.Si, Djamilla Podungge, S.Si., *Strategi Pelayanan Publik*, 2021, h. 24.

¹⁰ Ahmad Fawaiz, 'Kepuasan Masyarakat', *Perubahan Minat Beli Konsumen Terhadap Manajemen Bisnis Online*, 2.4 (2024), h. 137.

¹¹ Maydiana Luthfia, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Cuci Motor Mandiri', *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 7.2 (2019), h. 44.

¹² Madina Islamiah, 'Perspektif Ekonomi Islam', *Jurnal Pemikiran Islam*, 18.1 (2017), h. 4.

		Kasus Pada Cucian Mobil Dan Motor Putri Bandar Lampung)	sama meneliti tentang strategi dalam pencucian kendaraan	dari strategi pencucian mobil dan motor, sedangkan penulis membahas tentang bagaimana strategi pelayanan terhadap tempat cuci terhadap kepuasan masyarakat. Ketut Depi yana juga memakai metode penelitian kuantitatif sedangkan saya sebagai penulis memakai metode penelitian kualitatif. ¹³
2.	Firman Chandra Aji (2023)	Strategi Pengembangan Layanan Lembu Sakti Car Wash	Dalam penelitian ini sama-sama meneliti tentang bagaimana strategi di tempat cuci kendaraan	Firman Chandra Aji membahas mengenai Strategi pengembangan dan hanya terfokus pada cuci mobil saja, sedangkan saya sebagai

¹³ Ketut Depi Yana, 'Analisis Strategi Bisnis Cucian Mobil Dan Motor (Studi Kasus Pada Cucian Mobil Dan Motor Putri Bandar Lampung)', 2020.

				penulis berfokus kepada strategi pelayanan cuci motor. Firman Chandra Aji menggunakan metode penelitian kuantitatif sedangkan saya sebagai penulis menggunakan metode penelitian kualitatif. ¹⁴
3.	Noni Sutomo Ahmad (2022)	Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan (Studi kasus tempat cuci motor pojok berkah 024)	Dalam penelitian ini sama-sama membahas tentang tempat cuci serta sama-sama mencakup pembahasan tentang bagaimana melayani pelanggan agar	Noni Sutomo membahas tentang pelayanan serta mencantumkan harga, sedangkan saya sendiri sebagai penulis membahas tentang strategi pelayanan di tempat cuci. Saya menggunakan metode penelitian kualitatif,

¹⁴ Firman Chandra Aji, 'Strategi Pengembangan Layanan Lembu Sakti Car Wash', 2023.

			mendapat kepuasan	sedangkan Noni Sutomo memakai metode penelitian kuantitatif. ¹⁵
4.	Nurmalia Siregar (2020)	Analisis Strategi Pemasaran Usaha Jasa pada Uli Motor Padangsidempuan Dengan Menggunakan Analisis SWOT (2020)	Dalam penelitian ini sama-sama membahas tentang Strategi dari tempat cuci kendaraan	Nurmalia membahas penelitian Yang terpaku hanya pada perhitungan data karena dia memakai metode penelitian kuantitatif, sedangkan saya sendiri sebagai penulis hanya menggunakan teori sebagai penelitian karena saya memakai metode penelitian kualitatif. ¹⁶
5.	Mursida Kusuma	Pengaruh Bauran Produk dan Kualitas	Dalam penelitian ini	Mursida Kusuma pada penelitiannya

¹⁵ Noni Sutomo Ahmad, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Tempat Cuci Motor Pojok Berkah 024)', 2022.

¹⁶ Nurmalia Siregar, 'Analisis Strategi Pemasaran Usaha Jasa Pada Uli Motor Padangsidempuan Dengan Menggunakan Analisis SWOT', 2020.

	Wardani (2022)	Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Cuci Motor Berkah Jaya Steam di Larangan Selatan Tenggara	sama-sama membahas tentang pelayanan terhadap para pelanggan	berfokus pada pengaruh dari pada produk yang ada dalam penelitian, Mursida juga memakai metode penelitian kuantitatif, sedangkan saya sebagai penulis membahas tentang teori dari strategi pelayanan di tempat cuci dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. ¹⁷
--	-------------------	--	---	--

¹⁷ Mursida Kusuma Wardani, 'Pengaruh Bauran Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Cuci Motor Berkah Jaya Steam Di Larangan Selatan Tenggara', 2022.

BAB II KAJIAN TEORI

A. Strategi Pelayanan

1. Pengertian Strategi

Strategi berasal dari bahasa Yunani *strategia* (*stratos* = militer dan *ag* = memimpin), yang artinya ialah seni atau ilmu untuk bisa menjadi seorang jenderal. Strategi bisa diartikan sebagai rencana untuk pembagian dan penggunaan kekuatan militer dan material pada daerah tertentu untuk mencapai tujuan dari tindakan tertentu.¹⁸

Dalam kamus manajemen istilah strategi adalah suatu rencana kegiatan yang cermat guna tercapainya tujuan tertentu serta keterkaitannya dalam ruang dan waktu. Dalam sebuah perusahaan, strategi ialah salah satu faktor terpenting supaya perusahaan bisa berfungsi dengan baik. Strategi menggambarkan arah yang diambil bisnis dalam lingkungan yang dipilih dan merupakan pedoman guna alokasi sumber daya bisnis organisasi. Penggunaan kata strategi dalam manajemen atau organisasi bisa diartikan sebagai kiat atau cara utama yang dirancang secara sistematis dalam melaksanakan fungsi manajemen yang terarah pada tujuan strategis organisasi.¹⁹

Strategi merupakan ilmu perencanaan dan penentuan arah operasi bisnis berskala besar, menggerakkan semua sumber daya perusahaan yang dapat menguntungkan dalam bisnis, Jhon A. Bryne mendefinisikan strategi yaitu sebuah pola yang mendasar dari sasaran dan direncanakan, penyebaran sumber daya dan interaksi organisasi dengan pasar, pesaing, dan faktor-faktor lingkungan.²⁰

¹⁸ Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2018), h. 3.

¹⁹ A. Ratminto & Atik Septi Winarsih, *Manajemen Strategi Pelayanan* (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2011), h. 2-3.

²⁰ Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2010), h. 29.

Menurut David strategi adalah rencana yang di satukan, luas dan berintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategis perusahaan dengan tantangan lingkungan, yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan yang dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi.²¹

Strategi pelayanan yang ada di tempat cuci *Service Station* Kelurahan Wawonasa ini dengan berperilaku sopan terhadap pelanggan, baik pelanggan tetap maupun masyarakat yang memiliki daya tarik untuk mencuci kendaraan pertama kali di tempat cuci *Service Station*.

Selain strategi pelayanan, faktor lain yang dianggap mempengaruhi keputusan pelanggan untuk menabung yaitu profil perusahaan pada dasarnya adalah badan usaha yang bergerak dibidang pelayanan dan jasa sehingga setiap lembaga diharapkan memberikan layanan baik produk atau jasa yang maksimal bagi nasabah sehingga menciptakan kepuasan, pelanggan yang merasa puas cenderung akan loyal dalam menggunakan jasa dari perusahaan tersebut.²²

2. Pengertian Pelayanan

Pelayanan merupakan suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang terjadi akibat adanya interaksi antara konsumen dan karyawan atau hak-hak lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen atau pelanggan.²³ Strategi yang dirancang oleh perusahaan jasa merupakan strategi pelayanan terbaik. Pelayanan yang baik terbagi menjadi beberapa jenis yaitu dari segi kualitas pelayanan dan kualitas produk.

²¹ David, *Manajemen Strategi Konsep* (Jakarta: Selemba Empat, 2014), h. 14.

²² Mundhori Saida Firdausi Nuzula, Zainal Habib, 'Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Di KSPPS BMT Kemitraan Bojonegoro', *Journal Of Management and Sharia Bussines*, 1 (2021), h. 33.

²³ Nurhadi, 'Konsep Pelayanan Ekonomi Syariah', *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2.2 (2018), h. 137.

3. Fungsi Pelayanan

Pelayanan merupakan suatu bisnis yang dapat dilakukan oleh perusahaan yang bertujuan untuk melayani konsumen dengan sebaik-baiknya. Perusahaan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang berupa produk barang dan jasa perusahaan melayani konsumen dengan baik sehingga konsumen merasa puas dengan pelayanan tersebut. Dalam hal ini ada beberapa unsur yang terlibat dalam pengertian jasa, yaitu :

- a. Pelayanan merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh semua badan usaha yang berbentuk badan lembaga, suatu aparat pemerintahan atau swasta.
- b. Suatu objek yang dilayani yaitu masyarakat yang membutuhkan pelayanan sesuai kebutuhan.
- c. Bentuk kebutuhan pelayanan yang diberikan ialah berbentuk barang atau jasa.

Pelayanan memiliki beberapa sistem dan aturan yang diterapkan dengan jelas dalam melaksanakan pelayanan tersebut.²⁴

4. Tujuan Pelayanan

Tujuan pelayanan ialah memberikan pelayanan yang bisa memenuhi dan memuaskan konsumen serta memberikan fokus pelayanan yang baik kepada konsumen. Menurut Sutopo dan Adi Suryo mengatakan bahwa pelayanan dilakukan dari 2 sektor yaitu :

a. Sektor Publik

Dalam sektor publik pelayanan didasarkan pada asumsi bahwa pelayanan merupakan pemberdayaan.

b. Sektor Bisnis

Dalam sektor bisnis pelayanan memiliki tujuan atau dapat berorientasi pada profit atau keuntungan.

²⁴ Sinambela, *Lijan Poltak Reformasi Pelayanan Public Teori, Kebijakan, Dan Implementasi* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2016), h. 5.

Pelayanan tersebut memiliki tujuan guna memberdayakan masyarakat, bukan ke arah pemberdayaan yang akan mematikan kepercayaan masyarakat terhadap pemerintahnya. Kepercayaan merupakan awal kerjasama serta partisipasi yang dibangun oleh masyarakat guna pengembangan program yang direncanakan.

Menurut Moenir, pelayanan yang memuaskan pelanggan dilayani dengan baik dan juga benar, dengan memperhatikan aspek teknis tertentu pelaksanaan langsung di lapangan harus bisa memenuhi kebutuhan dasar pelanggan, yaitu : berperilaku sopan terhadap pembeli atau pelanggan, bertutur kata dengan baik dan bersikap sopan serta ramah dengan pelanggan. Dalam hal ini juga terdapat perilaku tertentu dari pelayanan disektor publik yang memberikan pelayanan, yaitu : pelayanan yang baik diberikan oleh pemerintah kepada pelanggan atau pengguna layanan. Layanan ada karena adanya standar layanan. Konsumen ialah masyarakat, dan masyarakat memiliki arti yang luas, yaitu dari segi eksternal dan internal masyarakat.²⁵

5. Manfaat Pelayanan

Menurut Zenal Mukarom, Manfaat pelayanan adalah upaya guna meningkatkan kualitas suatu pelayanan yang diberikan oleh pemerintah kepada masyarakat sebagai konsumen serta memiliki tujuan guna mengembangkan rumusan batasan suatu pelayanan. Dalam hal pelayanan yang berupa pelayanan, maka akan ada acuan mengenai bentuk, waktu, tempat, alasan dan proses pelayanan yang akan diberikan. Layanan tersebut memiliki beberapa keunggulan, yaitu :

- a. Upaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan pemerintah kepada masyarakat.
- b. Acuan yang bertujuan untuk dapat mengembangkan penyusunan kepada masyarakat.

²⁵ Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia* (Jakarta: Bumi Aksara 2016), h. 6.

c. Acuan yang bertujuan untuk pelayanan, konsumen dalam berbagai kegiatan pelayanan.

Dalam hal ini adapun kesimpulan dari beberapa manfaat pelayanan yaitu setiap pegawai atau karyawan bisa memberi pelayanan yang baik kepada pelanggan sehingga pelanggan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan. Manfaat dari layanan tersebut dapat meningkatkan kualitas kinerja pegawai yang memiliki tujuan guna memberi pelayanan yang terbaik kepada pelanggan.

Pelayanan yang terbaik merupakan suatu pelayanan yang diberikan oleh pihak perusahaan dengan berbagai dimensi-dimensi yang sudah ditentukan. Dimensi-dimensi kualitas pelayanan.²⁶

6. Keunggulan Pelayanan

Pelayanan yang baik merupakan suatu cara yang bertujuan untuk mencari tahu tentang nilai terhadap konsumen dan wajib memberikan nilai tersebut.²⁷

Menurut Thorik dan Utus pentingnya memberi pelayanan yang baik serta berkualitas karena (pelayanan) tidak terbatas pada penyediaan atau pelayanan. Pelayanan adalah pengertian, pengertian dan perasaan sehingga cara penyampaiannya bisa tersampaikan dihati para konsumen dan pada akhirnya memantapkan posisinya di benak konsumen. Karena jika konsumen sudah merasa puas dan nyaman maka loyalitas konsumen terhadap produk atau bisnis suatu perusahaan tidak akan diragukan lagi.²⁸

Pelayanan yang baik mendapatkan perhatian dari manajemen organisasi jasa. Jika organisasi jasa menetapkan pelayanan yang baik yang ingin dicapai, maka suatu organisasi tersebut wajib memiliki tujuan yang

²⁶ Mia Apriliawati Dra. Ratna Suminar, 'Pelayanan Prima Pada Orang Tua Siswa Disemboa SIP TC Paramount Summarecon', *Jurnal Sekretari*, 4.2 (2017), h. 7-9.

²⁷ Tri Ulfa Wardani, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Jasa Transportasi Gojek* (Medan: UIN Sumatera Utara, 2017), h.25.

²⁸ Hendri Herman, 'Strategi Meningkatkan Keunggulan Bersaing Melalui Kualitas Pelayanan Pada PT Putra Usaha Mandiri', *Jurnal Akuntansi Barelang*, 3.1 (2018), h. 57.

jelas. Pelayanan jasa adalah tingkat kesempurnaan yang diharapkan dan pengendalian atas kesempurnaan tersebut yang bertujuan untuk memenuhi keinginan seorang konsumen.²⁹

7. Strategi Keunggulan Pelayanan

Menurut Tjiptono, strategi kualitas jasa atau layanan itu berpengaruh untuk meningkatkan kepuasan dan dapat mencakup beberapa hal :

- a. Atribut layanan konsumen adalah penyampaian layanan atau jasa dan itu harus tepat waktu juga akurat
- b. Pendekatan untuk penyempurnaan kualitas jasa pelayanan merupakan aspek penting yang bertujuan untuk meningkatkan kepuasan konsumen yaitu berupa menerapkan program dan produk yang ditawarkan.
- c. System umpan balik merupakan system umpan balik yang bertujuan untuk kualitas pelayanan. Umpan balik diperlukan sebagai evaluasi perbaikan untuk meningkatkan kualitas perusahaan seperti jasa perusahaan dan jasa pesaing.
- d. Proses implementasi yang sebagaimana manajemen harus menentukan cakupan kualitas jasa dan tingkat layanan konsumen sebagai kebijakan suatu perusahaan.³⁰

8. Layanan yang Baik dan Berkualitas

Pelayanan yang baik dan berkualitas akan memberikan dampak yang baik di perusahaannya, karena dampak yang baik yang diterima oleh perusahaan akan mendatangkan konsumen yang banyak. Konsumen dengan jumlah yang banyak akan mendatangkan keuntungan dan dapat mengembangkan suatu perusahaan tersebut, dibalik keuntungan yang

²⁹ Wildan Sulaksana, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Pada Kepuasan Konsumen* (Yogyakarta: Universitas Dharma Yogyakarta, 2017), h. 15.

³⁰ A. Hamdani Rambat Lupiyaodi, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Salembah Empat, 2014), h. 182.

didapatkan oleh perusahaan yang harus diprioritaskan adalah memperbaiki masalah-masalah yang terjadi dan yang dialami oleh konsumen.³¹

9. Pengukuran Pelayanan

Menurut Sharma dan Petterson mengungkapkan bahwa, pengukuran pelayanan berdasarkan dengan menggunakan ketepatan waktu, kecepatan pelayanan dan kerapihan hasil.

1) Ketepatan Waktu

Durasi adalah proses kinerja yang berhasil diselesaikan dalam waktu yang telah ditentukan. Waktu merupakan faktor yang sangat penting dalam menyelesaikan pekerjaan (*Time is money*) berarti waktu adalah uang. Berarti Anda harus menggunakan waktu Anda dengan sebaik mungkin.³²

2) Kecepatan Pelayanan

Kecepatan pelayanan adalah seberapa cepat kinerja karyawan guna melayani pelanggan. kecepatan pelayanan yang dipakai oleh anggota perusahaan mengacu pada sistem dan struktur formal yang memiliki tujuan guna mengevaluasi, mengukur dan mempengaruhi karakteristik yang berhubungan dengan pekerjaan.³³

3) Kerapihan Hasil

Kemurnian hasil merupakan pengaturan, proses dan hasil akhir dari kinerja pegawai. Kemurnian hasil merupakan salah satu bentuk hasil kinerja pegawai. Hasil kinerja karyawan adalah hal-hal yang bisa dikembangkan perusahaan. Kebersihan hasil kerja karyawan bisa dijadikan tolak ukur guna melihat kinerja karyawan.³⁴

Ketepatan waktu, kecepatan pelayanan, kerapihan hasil menurut Tempat cuci *Service Station* Kelurahan Wawonasa adalah kinerja para

³¹ Muhammad Yunus Bandu, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Pada Kepuasan Terhadap Pelanggan* (Makassar: Universitas Hassanudin, 2013), h. 23.

³² Zuhud Rozaki, *The Big 4 Life* (Yogyakarta: Elex Media Komputindo, 2011), h. 122.

³³ Handi Irawan, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2012), h. 65.

³⁴ Darmadi, *Manajemen Sumber Daya Manusia Kepala Sekolah Melejitkan Produktivitas* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2010), h. 215.

karyawan yang tidak melampaui batasan dalam menyelesaikan tugasnya dalam memenuhi targetnya, kecepatan pelayanan adalah kinerja karyawan dalam melayani pelanggan tidak kurang dari target yang sudah ditentukan oleh lembaga, yang belum memenuhi apa yang ditentukan lembaga maka diadakan evaluasi apa yang menjadi kendala sehingga belum memenuhi target kemudian diselesaikan bersama.

Menurut Kotler menemukan bahwa kualitas pelayanan yang baik terdiri dari kualitas, layanan pelanggan dan nilai serta bisa didefinisikan dalam istilah-istilah berikut :

a. Kualitas

Kualitas berhubungan erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas pelanggan akan mendorong para konsumen untuk menjalin hubungan kerja sama dengan perusahaan.

b. Pelayanan Konsumen

Pelayanan berkualitas bisa menanggapi pertanyaan serta keluhan pelanggan tentang suatu produk atau layanan di hadapan ketidakpuasan pelanggan, tetapi ini akan diselesaikan oleh karyawan perusahaan. Permasalahan yang terjadi pada suatu produk dan layanan bisa dipastikan oleh perusahaan dengan mengukur kualitas layanan.

c. Nilai

Sesuatu yang dipakai dalam menafsirkan sesuatu. Hal yang paling penting guna memenuhi kebutuhan yang memiliki kaitan dengan jual beli. Konsumen memilih produk atau jasa yang ditawarkan guna mendapatkan harga dan kualitas yang bagus.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang baik dapat menciptakan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah persepsi serta perasaan puas atau kecewa yang dialami seseorang berdasarkan kinerja produk jasa dengan harapan yang dimiliki sebelum menggunakan jasa tersebut.

B. Kepuasan Layanan

1. Pengertian Kepuasan Layanan

Kepuasan Layanan merupakan keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.³⁵

Menurut Tjiptono, Kepuasan atau *Satisfaction* berasal dari bahasa latin, “Satis” (cukup baik, memadai) dan “Facio” (melakukan atau membuat). Secara sederhana kepuasan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai.

2. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan layanan yaitu sebagai berikut :

- a) Faktor Kebudayaan, memberikan pengaruh luas dalam tingkah laku konsumen.
- b) Faktor Sosial, mempengaruhi pembelian konsumen karena dalam faktor sosial terdapat kelas sosial.
- c) Faktor Pribadi, sebagai karakteristik seseorang yang berbeda dengan orang lain yang menyebabkan tanggapan yang relative konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungan.
- d) Faktor Psikologi, sebagai bagian dari pengaruh lingkungan tempat tinggal dan hidup pada waktu sekarang tanpa mengabaikan pengaruh dimasa lampau atau antisipasinya pada waktu yang akan datang.

Lupiyoadi mengatakan untuk mengukur kepuasan pelayanan sebagai dasar pengukuran konsumen dalam menggunakan jasa yaitu terdapat bukti fisik, bukti empati, keandalan, ketanggapan serta jaminan.

Pelanggan merupakan suatu hal yang berkaitan erat dan tidak dapat dipisahkan dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan karena kualitas

³⁵ Akbar Rizky Satria, ‘Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Loyalitas Go-Jek’, *Jurnal STEI Ekonomi*, 12.2 (2020), h. 24.

jasa layanan merupakan perbandingan antara harapan pelanggan dan kinerja suatu perusahaan yang dirasakan oleh pelanggan.³⁶

3. Konsep Kepuasan Terhadap Kualitas Pelayanan

Pengertian kualitas pelayanan menurut Suwithi Anwar adalah mutu dari pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, baik pelanggan internal maupun pelanggan eksternal berdasarkan standar prosedur pelayanan. Kemudian menurut Kotler, kualitas pelayanan merupakan totalitas dari bentuk karakteristik barang dan jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan, baik yang tampak jelas maupun yang tersembunyi. Bagi perusahaan yang bergerak dibidang jasa, pemberian pelayanan yang berkualitas pada pelanggan merupakan hal mutlak yang harus dilakukan apabila perusahaan ingin mencapai keberhasilan.³⁷

Menurut Fitzsimmons bersaudara dalam Sulastiyono menjelaskan bahwa kualitas pelayanan adalah sesuatu yang kompleks, dan tamu akan menilai kualitas pelayanan melalui lima prinsip dimensi pelayanan sebagai ukurannya, yaitu sebagai berikut :

- 1) Reliabilitas (*Reliability*) adalah kemampuan untuk memberikan secara tepat dan benar jenis pelayanan yang telah dijanjikan kepada konsumen.
- 2) Responsif (*Responsiveness*) yaitu kesadaran atau keinginan cepat bertindak untuk memberikan pelayanan secara tepat waktu.
- 3) Kepastian/jaminan (*Assurance*) merupakan pengetahuan dan kesopanan santunan serta kepercayaan diri para pegawai. Dimensi *assurance* sendiri memiliki ciri-ciri : kompetensi untuk memberikan pelayanan dan memiliki sifat respek terhadap pelanggan.
- 4) Empati (*Empathy*) memberikan perhatian individu pelanggan secara khusus. Dimensi *empathy* ini memiliki ciri-ciri : kemauan untuk

³⁶ Salim Ihsan Ricardo Rancee, 'Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Dalam Layanan Ride Hailing Di Indonesia', *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 7.1 (2021), h. 135.

³⁷ Manggala Hutomo, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Kepuasan Pembelian', *Jurnal Ilmu Manajemen*, 19.2 (2022), h. 50.

melakukan pendekatan, memberikan perlindungan dan usaha untuk mengerti keinginan, kebutuhan dan perasaan terhadap pelanggan.

- 5) Nyata (*Tangibles*) merupakan sesuatu yang tampak atau nyata, yaitu : penampilan para pegawai dan fasilitas-fasilitas fisik lainnya seperti peralatan dan perlengkapan yang menunjang pelaksanaan pelayanan.³⁸

4. Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler yang dimaksud dengan kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan senang seseorang setelah antara kinerja yang ia rasakan terhadap harapannya. Menurut Yazid kepuasan merupakan perbedaan antara harapan dan kinerja. Apabila harapan tinggi sementara kinerja biasa saja maka kepuasan tidak tercapai, sebaliknya bila kinerja melebihi harapan maka kepuasan meningkat. Teori kepuasan konsumen didasarkan pada upaya meminimalkan gap (kesenjangan) tersebut. Kepuasan konsumen akan terpenuhi apabila proses penyampaian jasa sesuai dengan yang dipersepsikan konsumen.³⁹

Anderson menyatakan kepuasan pelanggan merupakan kontribusi pada sejumlah aspek krusial, seperti terciptanya loyalitas pelanggan, meningkatnya reputasi perusahaan, berkurangnya elastisitas harga, berkurangnya biaya transaksi masa depan, dan meningkatnya efisiensi dan produktivitas karyawan. Berdasarkan definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa keputusan pelanggan adalah ketiadaan perbedaan antara harapan pelanggan dengan unjuk kerja perusahaan yang diterimanya selama menjadi pelanggan. Setelah membandingkan antara harapan dengan kinerja personil layanan jasa yang telah diterima pelanggan merasa puas atau tidak kecewa apabila kinerjanya sesuai dengan harapan atau bahkan melebihinya. Adanya kepuasan yang dirasakan pelanggan akan pelayanan dapat memberikan nilai positif dan

³⁸ Victor Rahardjo, 'Studi Deskriptif Prinsip-Prinsip Pelayanan', *Jurnal Teologi*, 1.1 (2021), h. 39-59.

³⁹ Muhammad Fahmi Gultom, 'Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan', *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3.2 (2020), h. 272-282.

memungkinkan pelanggan menggunakan jasa layanan kembali. Kesiapan dalam merekomendasikan kepada orang lain akan menjadikan tolak ukur yang digunakan dalam mengukur kepuasan pelanggan.⁴⁰

5. Kualitas Pekerjaan

Pegawai suatu instansi pada dasarnya merupakan satu-satunya sumber utama organisasi yang tidak dapat digantikan oleh sumber daya lainnya. Sebab bagaimanapun baiknya suatu organisasi, lengkapnya fasilitas serta sarana tidak akan bermanfaat tanpa adanya pegawai yang mengatur. Keberhasilan instansi dalam mencapai tujuan merupakan salah satu cermin dari organisasi yang efektif.⁴¹

Kualitas pelayanan merupakan salah satu variabel yang cukup penting dalam pelaksanaan tugas pelayanan secara umum. Agar pegawai dapat memberikan pelayanan yang baik kepada masyarakat, maka pegawai harus memiliki semangat kerja yang tinggi. Berkaitan dengan ini Alex Nitisemit berpendapat bahwa “Semangat kerja adalah melakukan pekerjaan secara lebih giat dengan demikian pekerjaan akan diharapkan lebih cepat dan lebih baik”. Jika seorang pegawai mampu memberikan pelayanan yang tinggi maka konsumen akan merasa puas. Sebaliknya, jika kualitas pelayanan yang diberikan rendah, maka konsumen yang membutuhkan pelayanan akan merasa tidak puas. Berdasarkan kondisi tersebut dapat dipahami bahwa kepuasan masyarakat dapat dipengaruhi oleh tingkat kualitas pelayanan yang diberikan pegawai, sedangkan semangat kerja pegawai dapat mempengaruhi kepuasan masyarakat.⁴²

6. Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas pelayanan merupakan syarat kelangsungan hidup perusahaan, tingginya kualitas yang diberikan akan mencerminkan pada aspek kepuasan

⁴⁰ Methiana Indasari, *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*, 2019.

⁴¹ Zharfan Darmawan, ‘Pengaruh Dukungan Kerja Terhadap Kualitas Pekerjaan’, *Jurnal Inovasi Bisnis*, 2.2 (2020), h. 3-4.

⁴² Suwarsito Aliya Sabeli, ‘Kualitas Layanan Dan Kepuasan Layanan Serta Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan’, *Jurnal Ilmiah Bina Manajemen*, 3.1 (2020), h. 27-35.

para pelanggan. Menurut Alma, hal penting perusahaan dalam menjalankan usahanya adalah penerapan kualitas pelayanan sehingga tercapai kepuasan pelanggan yang pada akhirnya meningkatkan loyalitas konsumen dan tidak terbujuk untuk berpindah pada perusahaan lain. Hal tersebut dikuatkan dari Lupiyoadi dan Hamdani yang menyatakan bahwa kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Salah satu faktor yang menentukan kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan mengenai kualitas pelayanan yang terdiri dari lima dimensi, yaitu bukti fisik, keandalan tanggap, jaminan dan empati.⁴³

Modernitas dengan kemajuan teknologi akan mengakibatkan persaingan yang ketat untuk memperoleh dan mempertahankan pelanggan. Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan supaya mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Pola konsumsi dan gaya hidup pelanggan menuntut perusahaan mampu memberikan pelayanan yang berkualitas. Keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dapat ditentukan dengan pendekatan yang telah dikembangkan.⁴⁴

Kualitas menunjuk pada pengertian pemenuhan standar atau persyaratan tertentu, kualitas juga mempunyai pengertian sebagai upaya untuk melakukan perbaikan dan penyempurnaan secara terus menerus untuk memenuhi kebutuhan pelanggan sehingga dapat memuaskan pelanggan. Kualitas diartikan sebagai suatu kondisi dinamis di mana yang berhubungan dengan produk jasa manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.⁴⁵

⁴³ Briani Dewi Astri, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian', *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 4.2 (2021), h. 98.

⁴⁴ Ibrahim Malik, 'Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen', *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB)*, 4.1 (2019), h. 175.

⁴⁵ Joice Batara, 'Pengaruh Faktor-Faktor Yang Terjadi Dalam Kerja Lembur Terhadap Kualitas Pekerjaan', *Paulus Civil Engineering Journal*, 4.1 (2022), h. 115.

Berdasarkan pernyataan di atas, kepuasan pelayanan terhadap pelanggan akan tercipta apabila kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan baik dan sesuai dengan harapan dan kebutuhan pelanggan, namun jika kualitas yang diberikan rendah maka akan mengakibatkan rasa ketidakpuasan dari pelanggan. Kepuasan pelanggan akan membentuk persepsi yang positif terhadap perusahaan dan pelayanan yang bermutu dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitas pelayanan. Maka dari itu Cuci Motor *Service Station* ini memaksimalkan agar mereka bisa mengutamakan kepuasan pelanggan dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik.

7. Konsep Pelayanan Dalam Islam

Pelayanan adalah usaha melayani kebutuhan orang lain dengan memperoleh imbalan (Uang) jasa. Menurut AS Moenir, pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain yang langsung. Sedangkan menurut Kotler, pelayanan adalah strategi produk perusahaan biasanya mencakup berbagai pelayanan itu bisa merupakan bagian kecil atau bagian besar dari seluruh produk.⁴⁶ Apabila kebutuhan pelanggan dalam mengonsumsi suatu jasa atau produk dapat memenuhi rasa kebutuhan dan keinginannya maka kualitas yang diberikan dipandang baik atau positif. Adapun konsep pelayanan dalam Islam adalah sebagai berikut :

- 1) Prinsip tolong menolong (*Ta'awun*). Outub (1992) mengemukakan bahwa memberikan pelayanan terbaik terhadap sesama umat manusia adalah pekerjaan yang sangat mulia dan merupakan pintu kebaikan bagi siapa saja yang melakukannya.
- 2) Prinsip memberi kemudahan (*At-Tasyir*). Menyadari tabiat manusia yang tidak menyukai beban yang membatasi kemerdekaannya, maka Allah Swt menurunkan syariat Islam untuk memelihara dan mengusahakan agar ketentuan yang dibebankan pada manusia dapat dengan mudah

⁴⁶ Riana Intan, 'Pengaruh Persepsi Etika Bisnis Islam, Persepsi Kualitas Produk Dan Persepsi Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Penjualan UMKM Kota Yogyakarta', *Jurnal Rekayasa Keuangan, Syariah Dan Audit*, 8.1 (2021), h. 59.

dilaksanakan serta dapat menghilangkan kesulitan dan kesempitan adalah menghilangkan hal-hal yang menyulitkan (*Masyaqah*) masyarakat yang berlebih-lebihan, dan dapat menghabiskan daya manusia dalam melaksanakannya (Khatimah, 2011). Meskipun demikian tidaklah berarti bahwa syariah islam menghilangkan sama sekali kesulitan yang mungkin dialami oleh manusia dalam kehidupannya. Hanya saja diharapkan ketentuan yang terdapat dalam syariat islam dapat mengurangi kesulitan bagi manusia.

- 3) Prinsip persamaan (*Musawah*). Manusia semuanya adalah sama, dari asal kejadian yang sama yaitu dari tanah dan dari diri yang satu yakni Adam yang diciptakan dari tanah. Karena itu tidak ada kelebihan individu satu dengan yang lainnya, karena asal-usul semua manusia adalah sama.
- 4) Prinsip saling mencintai (*Muhabbah*). Rasa saling mencintai yaitu mencintai saudara sendiri seperti mencintai diri sendiri, dimana seorang karyawan memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan memperlakukan pelanggan itu dengan baik seperti memperlakukan dirinya sendiri.
- 5) Prinsip lemah lembut (*Al-Layin*). Sebagaimana sebuah hadist yang diriwayatkan Muslim dari Jabir bin Abdullah bahwa Nabi bersabda : “Barang siapa yang tidak memiliki sifat lembut, maka tidak akan pernah mendapatkan kebaikan”. (*Al-Badr 2014*). Yang dimaksud dengan bersikap keras disini adalah bertutur kata kasar (Katsir, 2012 : 233). Al-Hasan mengatakan, “Berlaku lemah lembut inilah akhlaq Muhammad shallallahu’ alaiki wassallam yang dimana beliau diutus dengan membawa akhlaq yang mulia ini” (Katsir, 2012).

6) Prinsip kekeluargaan (*Ukhuwah*). Ukhuwah yang secara jelas dinyatakan dalam Al-Quran adalah persaudaraan seagama dan persaudaraan yang jalinannya bukan karena agama.⁴⁷

Islam juga mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha baik berupa barang maupun pelayanan/jasa hendaknya memberikan yang berkualitas, jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas kepada orang lain.⁴⁸ Dalam agama islam telah diajarkan kepada umatnya tentang etika dalam berbisnis yaitu seperti yang telah diteladani Rasulullah yaitu Nabi Muhammad SAW dimana sewaktu muda dia berbisnis dengan memperhatikan kejujuran keramah-tamahan menerapkan budaya kerja dalam pelayanan bisnis islami dalam bentuk nilai-nilai shidiq, fathanah, amanah, dan tabligh. Keempat hal yang menjadi *key succes factory (KSF)* dalam mengelola suatu bisnis, agar mendapat celupan nilai-nilai moral yang tinggi di antaranya adalah :

a) *Shidiq* (Benar/Jujur)

Berarti jika seorang pemasar, sifat *shidiq* (benar/jujur) haruslah menjiwai seluruh perilakunya dalam berinteraksi dengan pelanggan. Dalam berinteraksi dan dalam membuat perjanjian dengan mitra bisnisnya harus senantiasa mengedepankan kebenaran informasi yang diberikan dan jujur dalam menjelaskan keunggulan produk atau jasa yang dimiliki.

Sikap jujur berarti selalu melandaskan ucapan, keyakinan serta perbuatan berdasarkan ajaran islam. Tidak ada kontradiksi dan pertentangan yang disengaja antara ucapan dan perbuatan. Oleh karena itu Allah SWT memerintahkan orang-orang yang beriman untuk senantiasa memiliki sifat *shidiq*. Dalam era usaha bisnis saat ini kejujuran adalah hal yang sangat penting, baik kejujuran dalam hal waktu, janji, pelayanan,

⁴⁷ Nurhadi, 'Konsep Pelayanan Perspektif Ekonomi Syariah', *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2.2 (2020), h. 137.

⁴⁸ Rahmi Syahriza, 'Peran Pelayanan Dan Produk Bagi Minat Masyarakat Dalam Mengakses Asuransi Termilife Di Organisasi Sunlife', *Jurnal Penelitian Administrasi Publik*, 3.3 (2020), h. 5-10.

pelaporan, mengakui kelemahan dan kekurangan (tidak ditutup-tutup) serta menjauhkan diri dari berbuat bohong dan menipu.

b) *Amanah* (Terpercaya)

Amanah berarti tanggung jawab dalam melaksanakan setiap tugas dan kewajiban. Amanah ditampilkan dalam keterbukaan, kejujuran, pelayanan yang optimal dan ihsan (kebijakan) dalam segala hal.

c) *Fathanah* (Cerdas)

Sifat fathanah adalah bahwa segala aktivitas perusahaan harus dengan kecerdasan, dengan mengoptimalkan semua potensi yang ada untuk mencapai tujuan. Memiliki sifat jujur, benar, dan bertanggung jawab saja tidak cukup dalam mengelola bisnis secara professional. Para pelaku bisnis syariah juga harus memiliki sifat fathanah yaitu cerdas, cerdik, dan bijaksana agar usahanya bisa lebih efektif dan efisien serta mampu menganalisis situasi persaingan (*competitive setting*) dan perubahan-perubahan (*change*) dimasa yang akan datang.

d) *Tabligh* (Komunikatif)

Tabligh artinya komunikatif dan argumentatif. Orang memiliki sifat tabligh akan menyampaikan dengan benar dan tutur kata yang tepat. Kesopanan dan keramahan merupakan inti dalam memberikan pelayanan kepada orang lain. Al-Quran memerintahkan secara jelas agar kaum muslimin bersifat lemah lembut dan sopan santun manakala berbicara dan melayani pelanggan, karena baik buruknya perilaku bisnis para pengusaha menentukan sukses dan gagalnya bisnis yang dijalankan.⁴⁹

C. Tempat Cuci Sepeda Motor

Usaha jasa cuci sepeda motor merupakan bisnis yang dapat dikelola secara sederhana dan memiliki administrasi yang tidak rumit. Karena bisnis jasa ini hanya

⁴⁹ Salis Masruhin, 'Faktor Yang Mempengaruhi Pendidikan Islam: Sistem Berfikir, Kebenaran, Pengetahuan, Nilai (Moralitas)', *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 2.2 (2021), h. 844-857.

memerlukan pencatatan pemasukan dan pengeluaran saja. Tidak perlu ada pencatatan stok barang dan lain-lain. Dengan menggunakan buku yang sederhana, maka sudah dapat mengontrol semua keuangan. Bisnis jasa cuci sepeda motor juga akan tetap berjalan dan tidak mengenal musim. Di musim hujan pun kendaraan bermotor akan mudah kotor akibat lumpur dan kubangan air. Begitupun di musim kemarau, kotoran dan debu yang menempel mengakibatkan sepeda motor terlihat kotor dan memerlukan perawatan. Seperti yang kita ketahui juga bahwa pemilik kendaraan bermotor tidak hanya menggunakan motornya untuk bekerja, tetapi mereka juga menggunakan kendaraan mereka untuk pergi ke mana saja saat mereka bepergian keluar rumah dengan jarak yang menurut mereka agak jauh dari rumah ataupun tempat yang mereka kunjungi.⁵⁰

Pemilik kendaraan juga mengharapkan kendaraannya selalu bersih, untuk mendapatkan hasil yang maksimal tentu saja harus memiliki fasilitas yang maksimal juga. Maka dari itu untuk mencuci di tempat pencucian sepeda motor dapat memudahkan masyarakat dalam merawat kendaraan bermotornya dengan tidak memakan waktu dan juga tenaga.⁵¹

Dalam usaha jasa cuci sepeda motor ini para karyawan hanya perlu memahami pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan. Selain itu, untuk memahami pengetahuan dan keterampilan tersebut juga tidaklah sulit. Karena untuk pelayanan pelanggan, karyawan perlu adanya konsistensi terhadap pelanggan, perlakuan karyawan terhadap pelanggan juga harus baik, karyawan juga harus bisa menepati waktu terhadap pelanggan, serta karyawan juga harus memiliki pengetahuan tentang minat dari pekerjaan tersebut. Dalam usaha jasa cuci motor ini juga tidak diperlukan teori pemasaran yang kompleks. Karena pelanggan akan datang dengan sendirinya sehingga hanya melakukan tugas sebagai penyedia jasa cuci motor.⁵²

⁵⁰ Ario Yudo Bimantoro, 'Rancang Bangun Pencarian Bengkel Dan Cuci Motor Terdekat', *Jurnal Teknologi Informasi Komputer*, 1.2 (2019), h. 169.

⁵¹ Vita Priyambada, 'Memanfaatkan Air, Profit Mengalir', in *Meraup Untung Dari Sepeda Motor*, 2019, h. 43-46.

⁵² Niaga Swadaya, 'Transportasi', *101 Ide Jitu Peluang Usaha*, 2017, h. 37-87.

Manfaat dalam usaha jasa cuci motor yaitu memerlukan area yang sedikit luas. Dan modal untuk memulai usaha ini relatif kecil, hanya air, sabun pembersih motor, sikat dan juga alat semprot. Sistem manajemen bisnis yang relatif sederhana dan bisa mendapatkan penghasilan harian.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu

Lokasi dilakukan penelitian ini di Tempat Cuci *Service Station* yang bertempat di Jl. Pangeran Hidayat Wawonasa, Kecamatan Singkil Kota Manado, Provinsi Sulawesi Utara. Sedangkan waktu dilakukan penelitian ini dimulai dari bulan November sampai Februari 2023.

B. Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, sebagai pendekatan yang diharapkan mampu mendapatkan hasil yang terbaik dalam penelitian ini. Karakteristik metode kualitatif memiliki beberapa sifat, yaitu penekanan pada lingkungan yang alamiah (*naturalistic setting*), induktif (*inductive*), fleksibel (*flexible*), pengalaman langsung (*direct experience*), kedalaman (*indepth*), proses, menangkap arti (*verstehen*), keseluruhan (*wholeness*), partisipasi aktif dari partisipan dan penafsiran (*interpretation*). Adapun yang dimaksud dengan penelitian kualitatif yaitu penelitian yang digunakan untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, dan juga dengan deskripsi dalam bentuk kata-kata juga bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah.⁵³

Penelitian kualitatif merupakan penelitian riset yang bersifat deskriptif dan biasanya menggunakan analisis dengan pendekatan yang induktif. Proses penelitian dan penggunaan landasan teori dilakukan agar fokus penelitian sesuai dengan fakta di lapangan. Selain itu landasan teori juga bermanfaat untuk bisa memberikan gambaran umum tentang latar belakang penelitian dan sebagai bahan pembahasan hasil penelitian. Penelitian kualitatif juga disebut dengan penelitian interpretatif, penelitian naturalistik, atau penelitian fenomenologis. Pendekatan kualitatif juga lebih menekankan pada pemaknaan, penalaran, pendefinisian suatu situasi tertentu dan lebih melihat pada pertanyaan yang berkaitan dengan kehidupan sehari-hari,

⁵³ JR Raco, *Metode Penelitian Kualitatif (Jenis, Karakter Dan Kegunaannya)*, 2010, h. 56.

pendekatan kualitatif juga lebih menitikberatkan pada proses dari pada hasil akhir. Oleh karena itu, urutan operasi dapat bervariasi tergantung pada kondisi dan jumlah gejala yang diamati. Tujuan utama penelitian dengan menggunakan pendekatan kualitatif adalah mengembangkan pemahaman konsep yang nantinya menjadi teori. Tahap ini disebut penelitian *grounded theory*.

Rancangan atau tahapan yang dilakukan dalam penelitian kualitatif dimulai dengan mengidentifikasi masalah, dilanjutkan dengan penelusuran kepustakaan, mencari maksud dan tujuan penelitian, lalu mengumpulkan data, analisis dan penafsiran data dan pelaporan. Adapun tujuan penggunaan metode kualitatif untuk mencari pengertian yang mendalam tentang suatu fenomena, gejala, fakta atau realita dengan mendeskripsikan dalam bentuk kata-kata dan juga bahasa.

C. Sumber Data

Dari hasil penelitian ini dapat melalui 2 sumber data, yaitu :

1. Primer

Data primer adalah data yang didapatkan langsung dari para pekerja di Tempat Cuci *Service Station* Wawonasa. Pada penelitian ini data yang diperoleh merupakan data dari hasil wawancara dengan pihak informan. Peneliti mewawancarai Pemilik Usaha (Owner), Pekerja (Karyawan), Pelanggan dan juga Non Pelanggan. Pencatatan sumber data utama melalui wawancara atau pengamatan berperan serta merupakan hasil usaha gabungan dari kegiatan bertanya, melihat dan mendengar. Manakah di antara kegiatan yang telah dijelaskan sebelumnya lebih dominan, jelas akan bervariasi dari satu ke waktu lain dan dari satu situasi ke situasi lainnya. Misalnya, jika peneliti merupakan pengamatan tidak diketahui pada tempat-tempat umum, jelas bahwa melihat dan mendengar merupakan alat utama, sedangkan bertanya akan terbatas. Sewaktu peneliti memanfaatkan wawancara

mendalam, jelas bahwa bertanya dan mendengar akan merupakan kegiatan pokok.⁵⁴

2. Sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang diperoleh dengan cara membaca, mempelajari dan memahami melalui media lain yang bersumber dari literatur, buku-buku, kajian pustaka, internet, artikel, jurnal serta dokumen.⁵⁵

Adapun data yang peneliti gunakan untuk menyusun penelitian skripsi ini yaitu dari Jurnal Strategi Pelayanan , Jurnal Kualitas Pelayanan, Jurnal Administrasi Bisnis, sedangkan buku peneliti mengambil buku Strategi Pelayanan Publik, Strategi Dalam Peningkatan Kualitas Pelayanan, Metode Penelitian Kualitatif, dan lain-lainnya.

D. Teknik Pengambilan Data

1. Observasi

Menurut Sugiarto Observasi adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengamati secara sistematis unsur-unsur yang tampak dalam suatu objek penelitian.⁵⁶ Observasi yaitu proses pengamatan menyeluruh dan mencermati perilaku pada suatu kondisi tertentu. Pada dasarnya, observasi bertujuan untuk mendeskripsikan aktivitas, individu, serta makna kejadian berdasarkan perspektif individu.⁵⁷ Hal yang diteliti dalam observasi ini adalah melihat bagaimana Strategi Pelayanan Tempat Cuci *Service Station* Terhadap Tingkat Kepuasan Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam.

Adapun observasi awal dari peneliti terkait dengan judul skripsi, peneliti melakukan observasi awal, 29 November 2022 pada Tempat Cuci *Service Station* yang bertempat di Jl. Pangeran Hidayat Wawonasa, Kecamatan Singkil, Kota Manado Sulawesi Utara.

⁵⁴ Sugiyono, 'Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D', Bandung, 2016, h. 225.

⁵⁵ Sugiyono, 'Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D', Bandung, 2012, h. 141.

⁵⁶ Sugiarto, 'Metode Penelitian Bisnis', Yogyakarta, 2017, h. 68.

⁵⁷ Andra Tersiana, 'Metode Penelitian', Yogyakarta, 2018, h. 12.

2. Wawancara

Wawancara merupakan proses pertemuan antara dua pihak untuk memperoleh informasi tentang tujuan penelitian melalui tanya jawab tatap muka antara pewawancara dan informan, dengan atau tanpa menggunakan pedoman wawancara.⁵⁸

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan wawancara semi terstruktur atau wawancara terfokus, yang mana wawancara ini dilakukan dengan menggunakan pertanyaan yang telah dipersiapkan oleh pewawancara, yang menjadi informan dalam wawancara ini ialah karyawan di Tempat cuci *Service Station*, Pemilik dari tempat Cuci *Service Station*, Pelanggan, dan juga Non Pelanggan untuk mencari keterangan dan data tentang bagaimana Strategi Pelayanan di Tempat Cuci *Service Station* Terhadap Tingkat Kepuasan Masyarakat. Alat yang digunakan oleh peneliti yaitu berupa alat tulis menulis dan *Handphone* (telepon genggam).

3. Dokumentasi

Menurut Sugiyono dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu, Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.⁵⁹ Teknik dokumentasi yaitu cara yang dapat dilakukan penulis untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian, sehingga penulis memperoleh data yang relevan. Data yang diperoleh dari tempat penelitian dapat berupa peraturan-peraturan, laporan kegiatan, foto, film dokumenter, dan data yang lain.⁶⁰

E. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses pencandraan (*description*) dan penyusunan transkrip interview serta material lain yang telah terkumpul. Maksudnya agar

⁵⁸ Bungin, 'Metode Penelitian Sosial Dan Ekonomi', (Jakarta: Kencana, 2013), h. 126.

⁵⁹ Sugiyono, 'Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D)', Bandung, 2013, h. 240.

⁶⁰ Sudaryono, 'Metodologi Penelitian', 2017, p. h. 219.

peneliti dapat menyempurnakan pemahaman terhadap data tersebut untuk kemudian menyajikannya kepada orang lain tentang apa yang telah ditemukan atau didapatkan di lapangan.

1. Reduksi Data

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hak yang penting, dicari tema dan polanya serta membuang hal yang tidak perlu. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.⁶¹

2. Penyajian Data

Penyajian Data merupakan kegiatan ketika sekumpulan informasi disusun, sehingga memberi kemungkinan akan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Bentuk penyajian data kualitatif dapat berupa teks naratif berbentuk catatan lapangan, matriks, grafik, jaringan dan bagan.⁶²

3. Penarikan Kesimpulan

Penarikan Kesimpulan atau verifikasi adalah usaha untuk mencari atau memahami makna/arti, keteraturan, pola-pola, penjelasan, alur, sebab akibat, atau proposisi. Sebelum melakukan penarikan kesimpulan terlebih dahulu dilakukan reduksi data, penyajian data serta penarikan kesimpulan atau verifikasi dari kegiatan-kegiatan sebelumnya.⁶³

⁶¹ Umrati Hengky Wijaya, *Analisis Data Kualitatif Teori Konsep Dalam Penelitian Pendidikan* (Sulawesi Selatan Indonesia, 2020).

⁶² Umrati Hengky Wijaya.

⁶³ Umrati Hengky Wijaya.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Ratminto & Atik Septi Winarsih, *Manajemen Strategi Pelayanan* (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2011)
- Agus Nurofik, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cuci Motor Ag Di Lubuk Alung', *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 2. Januari (2023), 3345–49
- Ahmad Fawaiz, 'Kepuasan Masyarakat', *Perubahan Minat Beli Konsumen Terhadap Manajemen Bisnis Online*, 2.4 (2024), h. 137 <<https://ejournal-nipamof.id/index.php/MASMAN/article/view/634/760>>
- Akbar Rizky Satria, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Loyalitas Go-Jek', *Jurnal STEI Ekonomi*, 12.2 (2020), h. 24
- Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2010)
- Amran Arief, 'Karyawan Tempat Cuci Service Station', *Tape Recorder*
- Andra Tersiana, 'Metode Penelitian', 2018, p. h. 12
- Ario Yudo Bimantoro, 'Rancang Bangun Pencarian Bengkel Dan Cuci Motor Terdekat', *Jurnal Teknologi Informasi Komputer*, 1.2 (2019), h. 169
- Baidowi, Adzim, 'Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Yang Mengalami Kerugian Atas Rusaknya Sepeda Motor Di Usaha Jasa Cuci Motor Legal Protection for Consumers Who Suffer Losses From Damage To Motorbikes in the Motorcycle Washing Service', 2020 <<https://www.kepogaul.com/inspirasi/motto-hidup-singkat-tapi-bermakna/>>
- Briani Dewi Astri, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian', *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 4.2 (2021), h. 98
- Bungin, 'Metode Penelitian Sosial Dan Ekonomi', 2013, p. h. 126
- Darmadi, *Manajemen Sumber Daya Manusia Kepala Sekolah Melejitkan Produktivitas* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2010)
- David, *Manajemen Strategi Konsep* (Jakarta: Selemba Empat, 2014)
- David Liang, 'Pemilik Tempat Cuci Service Station', *Tape Recorder*
- Deka Veronica, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan', *Journal Development*, 5.1 (2017), h. 55-69
- Desanuari, Gita Fitri, and Regi Ludtriani, 'Pengaruh Self Service Technology

- Terhadap Pengembangan Usaha Dan Kepuasan Konsumen Di Masa Pandemi Covid-19 Pada Model Bisnis Restoran', *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1.4 (2022), 268–73
- Dra. Ratna Suminar, Mia Apriliawati, 'Pelayanan Prima Pada Orang Tua Siswa Disemboa SIP TC Paramount Summarecon', *Jurnal Sekretari*, 4.2 (2017), h. 7-9
- Dwitama Farhan et Al, 'Fakta Dan Analisis Perencanaan Sistem Transportasi Kota Malang Tahun 2021-2040', *Jurnal Perencanaan*, 2020, h.413
- Fahmi, 'Karyawan Tempat Cuci Service Station', *Tape Recorder*
- Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2018))
- Firman Chandra Aji, 'Strategi Pengembangan Layanan Lembu Sakti Car Wash', 2023
- Frendy Karim, 'Non Pelanggan (Masyarakat Sekitar)', *Tape Recorder*
- Guli Uli Wildan Nuryanto, 'Analisis Keberhasilan Usaha Cuci Sepeda Motor Di Kota Serang Dilihat Dari Besarnya Kualitas Pelayanan Dan Harga', *Jurnal Ekonomi Islam*, 8.2 (2018), h. 141-168
- Handi Irawan, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2012)
- Harliana Elsa Wahyu Kamil, 'Analisis Kelayakan Bisnis Start Up Cuci Motor Di Kota Tangerang Selatan', *Jurnal Mitra Manajemen*, 3.8 (2019), h. 845
- Hendri Herman, 'Strategi Meningkatkan Keunggulan Bersaing Melalui Kualitas Pelayanan Pada PT Putra Usaha Mandiri', *Jurnal Akuntansi Bareleng*, 3.1 (2018), h. 57
- Ibrahim Malik, 'Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen', *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB)*, 4.1 (2019), h. 175
- Joice Batara, 'Pengaruh Faktor-Faktor Yang Terjadi Dalam Kerja Lembur Terhadap Kualitas Pekerjaan', *Paulus Civil Engineering Journal*, 4.1 (2022), h. 115
- JR Raco, *Metode Penelitian Kualitatif (Jenis, Karakter Dan Kegunaannya)*, 2010
- Jusmaliani, *Bisnis Berbasis Syariah* (Jakarta: Bumi Aksara 2008, 2008)
- Ketut Depi Yana, 'Analisis Strategi Bisnis Cucian Mobil Dan Motor (Studi Kasus Pada Cucian Mobil Dan Motor Putri Bandar Lampung)', 2020

- Lukman Nasution Ichsan, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Kurnia Aneka Gemilang Tanjung Morawa', *Jurnal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 4.2 (2022), h. 1281-1288
- Madina Islamiah, 'Perspektif Ekonomi Islam', *Jurnal Pemikiran Islam*, 18.1 (2017), 4 <<https://docs.google.com/document/d/1-IbcCn3sERN0-bGOKuZQXmILXXfZ6BCd/edit>>
- Madiyahana Luthfia, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Cuci Motor Mandiri', *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 7.2 (2019), h. 444-450
- Manggala Hutomo, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Kepuasan Pembelian', *Jurnal Ilmu Manajemen*, 19.2 (2022), h. 50
- Marvel Budi, 'Pelanggan Tempat Cuci Service Station', *Tape Recorder*
- Massara Asma Wicaksono, 'Peran Sepeda Motor Bagi Masyarakat Berpendapatan Rendah Di Kota Makassar', *Jurnal Transportasi*, 18.3 (2018), h. 161-168
- Maydiana Luthfia, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Cuci Motor Mandiri', *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 7.2 (2019), 444-50
- Methiana Indasari, *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*, 2019
- Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia* (Jakarta: Bumi Aksara 2016)
- Muhammad Fahmi Gultom, 'Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan', *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3.2 (2020), h. 272-282
- Muhammad Yunus Bandu, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Pada Kepuasan Terhadap Pelanggan* (Makassar: Universitas Hassanudin, 2013)
- Mursida Kusuma Wardani, 'Pengaruh Bauran Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Cuci Motor Berkah Jaya Steam Di Larangan Selatan Tenggara', 2022
- Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, 2007
- , 'Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam' (Jakarta: Prenada Media Grub, 2007, 2007), p. h. 1
- Mustafa Edwin Nasution, DKK, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, 2007

- Nancy Martoredjo, 'Pelanggan Tempat Cuci Service Station', *Tape Recorder*
- Niaga Swadaya, 'Transportasi', in *101 Ide Jitu Peluang Usaha*, 2017, p. h. 37-87
- Noni Sutomo Ahmad, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Tempat Cuci Motor Pojok Berkah 024)', 2022
- Nurhadi, 'Konsep Pelayanan Ekonomi Syariah', *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2.2 (2018), h. 137
- , 'Konsep Pelayanan Perspektif Ekonomi Syariah', *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2.2 (2020), h. 137
- Nurmalia Siregar, 'Analisis Strategi Pemasaran Usaha Jasa Pada Uli Motor Padangsidempuan Dengan Menggunakan Analisis SWOT (2020)', 2020
- Prof. Arifin Tahir, M.Si, Ahmad Rizak Daud, S.IP., M.Si, Djamilla Podungge, S.Si., M.Si, *Strategi Pelayanan Publik*, 2021
<https://www.google.co.id/books/edition/STRATEGI_PELAYANAN_PUBLIK/I-ejEAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=pengertian+strategi+pelayanan&pg=PA24&printsec=frontcover>
- Rahayu Kamnov, 'Non Pelanggan (Masyarakat Sekitar)', *Tape Recorder*
- Rahmawati Rahim, 'Pelanggan Tempat Cuci Service Station', *Tape Recorder*
- Rahmi Syahriza, 'Peran Pelayanan Dan Produk Bagi Minat Masyarakat Dalam Mengakses Asuransi Termilife Di Organisasi Sunlife', *Jurnal Penelitian Administrasi Publik*, 3.3 (2020), h. 5-10
- Rambat Lupiyaodi, A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Salembah Empat, 2014)
- Riana Intan, 'Pengaruh Persepsi Etika Bisnis Islam, Persepsi Kualitas Produk Dan Persepsi Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Penjualan UMKM Kota Yogyakarta', *Jurnal Rekayasa Keuangan, Syariah Dan Audit*, 8.1 (2021), h. 59
- Saida Firdausi Nuzula, Zainal Habib, Mundhori, 'Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Di KSPPS BMT Kemitraan Bojonegoro', *Journal Of Management and Sharia Bussines*, 1 (2021), h. 33
- Salim Ichsan Ricardo Rane, 'Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Dalam Layanan Ride Hailing Di Indonesia', *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 7.1 (2021), h. 135

- Salis Masruhin, 'Faktor Yang Mempengaruhi Pendidikan Islam : Sistem Berfikir, Kebenaran, Pengetahuan, Nilai (Moralitas)', *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 2.2 (2021), h. 844-857
- Saryanti, I Gusti Ayu Desi, Gusti Ngurah Ady Kusuma, Rosalia Hadi, Siti Nuraini, Pusar Marudut G, Ni Putu Nanik Handayanti, and others, 'Penerapan Company Profile Pada Usaha Jeni Cuci Motor', *WIDYABHAKTI Jurnal Ilmiah Populer*, 6.3 (2024), 10–16 <<https://doi.org/10.30864/widyabhakti.v6i3.415>>
- Sholeha Ludfiyatus, 'Pengaruh Kepuasan Pelanggan Di Sumber Jaya Maha Sakti Banyuwangi', *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan Dan Sosial*, 12.1 (2018), h. 15
- Sinambela, *Lijan Poltak Reformasi Pelayanan Public Teori, Kebijakan, Dan Implementasi* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2016)
- Sudaryono, 'Metodologi Penelitian', 2017, p. h. 219
- Sugiarto, 'Metode Penelitian Bisnis', 2017, p. h. 68
- Sugiyono, 'Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D)', 2013, p. h. 240
- , 'Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D', 2016, p. h. 225
- , 'Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D', 2012, p. h. 141
- Suwarsito Aliya Sabeli, 'Kualitas Layanan Dan Kepuasan Layanan Serta Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan', *Jurnal Ilmiah Bina Manajemen*, 3.1 (2020), h. 27-35
- Tri Ulfa Wardani, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Jasa Transportasi Gojek* (Medan: UIN Sumatera Utara, 2017)
- Umrati Hengky Wijaya, *Analisis Data Kualitatif Teori Konsep Dalam Penelitian Pendidikan* (Sulawesi Selatan Indonesia, 2020)
- Victor Rahardjo, 'Studi Deskriptif Prinsip-Prinsip Pelayanan', *Jurnal Teologi*, 1.1 (2021), h. 39-59
- Vita Priyambada, 'Memanfaatkan Air, Profit Mengalir', in *Meraup Untung Dari Sepeda Motor*, 2019, p. h. 43-46
- Wildan Sulaksana, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Pada Kepuasan Konsumen* (Yogyakarta: Universitas Dharma Yogyakarta, 2017)
- Zharfan Darmawan, 'Pengaruh Dukungan Kerja Terhadap Kualitas Pekerjaan', *Jurnal Inovasi Bisnis*, 2.2 (2020), h. 3-4

Zuhud Rozaki, *The Big 4 Life* (Yogyakarta: Elex Media Komputindo, 2011)