

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era globalisasi ini persaingan bisnis menjadi sangat tajam, baik di pasar domestik (nasional) maupun di pasar internasional atau global. Produk apapun yang dihasilkan tidak terlepas dari unsur layanan, baik itu jasa sebagai produk inti, maupun sebagai produk lengkap. Oleh karena itu, dewasa ini perhatian terhadap kepuasan pelanggan semakin besar dan ditingkatkan lagi. Salah satu cara untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memberikan pelayanan yang berkualitas kepada para pelanggannya (Santi, 2013)

Kunci untuk memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik adalah memenuhi atau melebihi ekspektasi kualitas pelayanan pelanggan sasaran. Kualitas pelayanan digambarkan sebagai suatu pernyataan tentang sikap, hubungan yang dihasilkan dari perbandingan dari ekspektasi dengan kinerja. Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan oleh harapan, jika kinerja yang dirasakan dibawah harapan maka konsumen merasa tidak puas, sedangkan jika kinerja yang dirasakan sesuai dengan harapan atau bahkan melebihi maka konsumen akan merasa puas. Dan jika kinerja yang dirasakan melampaui harapan maka konsumen akan merasa sangat puas (Santi, 2013).

Selain kualitas pelayanan peranan karyawan juga sangat penting untuk menunjang keberhasilan setiap perusahaan, terutama perusahaan yang bergerak di sektor jasa. Karena karyawan memiliki kemampuan untuk mempengaruhi

persepsi pembeli, karyawan merupakan bagian dari jasa itu sendiri. Sehingga bagi pelanggan, karyawan berfungsi sebagai komunikator sekaligus wakil dari citra perusahaan. Kinerja karyawan ditunjukkan melalui kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan sehingga perusahaan dapat mengevaluasi kualitas layanan karyawan (Santi, 2013).

Dapat dikatakan bahwa kinerja merupakan aset yang dapat mempertahankan jalannya perusahaan dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat. Sedangkan keberhasilan kinerja dapat dilihat dari kualitas dan kuantitas serta waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan suatu pekerjaan yang dipercayakan kepadanya (Ade, 2013).

Dari kualitas pelayanan yang baik serta kinerja karyawan yang memuaskan maka dapat dinilai tingkat kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan kemudian dibandingkan dengan harapan. Tingkat kepuasan pelanggan sangat tergantung pada mutu suatu produk atau jasa (Supranto, 2011).

Pengukuran kepuasan pelanggan merupakan elemen penting dalam menyediakan pelayanan yang lebih baik, lebih efisien dan lebih efektif. Apabila pelanggan merasa tidak puas terhadap suatu pelayanan yang disediakan, maka pelayanan tersebut dapat dipastikan tidak efektif dan efisien. Dalam hal ini terutama pelayanan publik. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa kepuasan pelanggan merupakan suatu persepsi pelanggan bahwa harapannya telah terpenuhi atau terlampaui. Sehingga kepuasan pelanggan dapat tercapai apabila sebuah produk atau jasa memenuhi atau melampaui harapan pelanggan, biasanya

pelanggan akan merasa puas. Oleh karena itu hampir setiap perusahaan saat ini menyadari pentingnya arti pelanggan bagi perusahaan dan berupaya keras untuk dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan. (Santi, 2013)

Hasil pengukuran tingkat kepuasan pelanggan dapat menunjukkan karakteristik atau atribut apa dari produk/jasa yang membuat pelanggan tidak puas. Tujuan dari pengukuran tingkat kepuasan pelanggan adalah untuk dapat segera mengetahui faktor-faktor yang membuat para pelanggan tidak puas untuk segera diperbaiki, sehingga pelanggan tidak kecewa. Dalam memberikan pelayanan, setidaknya perusahaan harus memenuhi 5 kriteria kualitas pelayanan yang sering disebut *RATER* sehingga dapat menciptakan peserta/pelanggan yang loyal, yaitu *reability* (kehandalan), *assurance* (jaminan), *tangible* (bukti fisik), *empathy* (komunikasi), dan *responsiveness* (cepat tanggap). (Tjiptono, 2012)

Selain dipengaruhi oleh kualitas jasa atau pelayanan, kepuasan pelanggan juga ditentukan oleh pengaruh kinerja individu karyawan. Penilaian kinerja karyawan juga tidak kalah pentingnya, penilaian kinerja karyawan adalah proses penilaian hasil kerja yang akan digunakan oleh pihak manajemen untuk memberikan informasi kepada para karyawan secara individual, tentang mutu hasil pekerjaannya dipandang dari sudut kepentingan perusahaan. Penilaian yang dilakukan secara teratur bertujuan melindungi perusahaan dalam mencapai tujuannya. Penilaian kinerja karyawan yang dilakukan secara obyektif, tepat, dan didokumentasikan secara baik cenderung menurunkan potensi penyimpangan yang dilakukan karyawan, sehingga kinerjanya diharapkan terus bertambah baik sesuai dengan kinerja yang dibutuhkan perusahaan. (Santi, 2013)

Seiring dengan meningkatnya kesejahteraan masyarakat, maka konsumsi akan barang-barang selain kebutuhan dasar seperti makanan, pakaian dan perumahan, juga semakin meningkat. Begitu juga dengan kebutuhan untuk mengkonsumsi produk-produk jasa yang timbul dari kebutuhan masyarakat untuk meningkatkan kenyamanan dan kepuasan. Hal inilah yang kita kenal sebagai “great leap forward” atau kemajuan yang luar biasa dalam dunia jasa. (Rambat, 2014)

Konsumsi jasa seperti travel, penginapan, restoran, hiburan, komunikasi, kesehatan dan keuangan adalah sector-sector jasa yang banyak dikonsumsi dan memiliki pengaruh besar terhadap perkembangan perekonomian. Banyak perusahaan besar terjun pada bisnis-bisnis jasa pada sector-sector di atas dan mengkonsentrasikan diri pada bisnis ini. Tetapi meskipun memegang peranan penting, sangat disayangkan hanya sedikit perhatian yang diberikan oleh praktisi-praktisi dan ahli ekonomi untuk memantau dan mengembangkan sector ini. Hal ini dapat dilihat dari sedikitnya jumlah seminar yang dilakukan untuk masalah ini pada periode 1987/1988 saja, di Amerika saja tidak lebih dari 2% seminar yang diadakan mengambil topik strategi di dunia jasa. Di bidang penelitian dan penulisan artikel diberbagai jurnal juga belum terlalu menunjukkan jumlah yang signifikan yang dapat mendorong kemajuan perkembangan dunia jasa. (Rambat, 2014)

Dalam pelaksanaan bisnis di bidang kesehatan. Kita akan menemukan cara yang beragam atau cabang dari bisnis ini yang sifatnya bervariasi. Kita tahu, bahwa bisnis di bidang kesehatan ini tidak hanya menyangkut obat-obatan saja, tetapi hal yang lainnya. Cara lainnya adalah dengan klinik, rumah sakit, bidan,

jasa konsultasi kesehatan, psikiater, toko obat, apotek, sarana terapi dan sebagainya. Jika anda memiliki keahlian dibidang kedokteran, maka peluang yang paling besar terletak dicara yang satu ini, anda bisa membuka usaha klinik kesehatan masyarakat didaerah –daerah yang padat penduduk dan masih jarang terdapat klinik masyarakat seperti ini. Dengan begitu, anda bisa menangani pasien sekaligus menjual obat-obatannya juga. Walaupun memang membutuhkan keahlian dan modal yang tidak sedikit, tetapi peluang dari bisnis yang satu ini sangat besar dan tidak membutuhkan waktu yang lama untuk maju dan berkembang, sebabakanbanyak juga pasien yang datang.(<http://peluangusahaterkini.com/peluang-bisnis-di-bidang-kesehatan/>)20 ide bisnis yang menguntungkan saat ini.

Tabel 1.1

20 ide bisnis yang menguntungkan saat ini	
No.	Nama Peluang Bisnis
1	Pijat / Urut Panggilan
2	Minuman Kesehatan
3	Penjualan obat-obatan seperti kasa, sarung tangan, masker dan sebagainya.
4	Distribusi peralatan seperti penjepit, escarpelos, termometer, dll.
5	Membuat seragam, baju dan pakaian untuk perawat dan dokter
6	Penghasilan tongkat, kursi roda, pejalan kaki dan kruk
7	Laundry rumah untuk rumah sakit kecil
8	Makanan layanan kepada panti jompo dan rumah sakit
9	Penjualan peralatan pembersih seperti sabun, desinfektan dan deodorant
10	Penjualan vitamin dan suplemen gizi
11	<u>Distribusi obat-obatan alami</u>
12	kecil dengan distribusi farmasi
13	penjualan kit dan kit rumah pertolongan pertama
14	direktori iklan yang disponsori kesehatan
15	limbah beracun manajemen (spesialisasi diperlukan)
16	broker asuransi
17	mount klinik pedesaan dengan pelayanan dasar
18	membeli, memperbaiki dan menjual peralatan medis (unit)
19	koordinasi dan janji pengingat melalui telepon (dokter-pasien)
20	impor peralatan medis seperti mikroskop, dopplers, stetostop.

(<http://jendelabisnis.com/2018/12/ide-bisnis-kesehatan-yang->

[menguntungkan/#Membeli_memperbaiki_dan_menjual_peralatan_medis_unit](http://jendelabisnis.com/2018/12/ide-bisnis-kesehatan-yang-menguntungkan/#Membeli_memperbaiki_dan_menjual_peralatan_medis_unit))

Sama seperti usaha lainnya usaha bekam atau ruqyah yang ada di provinsi Jambi juga mengupayakan beberapa cara agar usaha tersebut tetap berjalan, salah satunya yaitu usaha MABRUQ (markaz bekam dan ruqyah) yang terletak di Jln. Pattimura (di seberangan kuburan cina). Usaha MABRUQ ini sudah cukup lama berdiri dari tahun 2012. Dan yang cukup unik dari usaha ini dikarenakan usaha ini membuka jasa bekam maupun ruqyah selain itu juga terdapat jasa refleksi dan pijat thailand, yang biasanya usaha lain hanya membuka jasa untuk bekam atau ruqyah saja, selain itu usaha MABRUQ juga menjual berbagai macam herbal dengan berbagai macam khasiat pula.

Usaha yang didirikan oleh 3 (tiga) ustad yaitu ustad Endang Rukmana L,c, ustad Juanda S.Ag, dan ustad Abdul Rozak L,c ini awal berdirinya di Perumnas Kotabaru pada tahun 2012, lalu membuka cabang di seberang Jamtos pada tanggal 1 Februari 2016 lalu baru pindah ke seberang kuburan cina pada tanggal 8 Desember 2018 hingga sekarang. Sampai saat ini usaha MABRUQ telah memiliki karyawan sebanyak 17 orang total termasuk ustad pendiri. Karyawan yang bekerja rata-rata adalah mahasiswi dan mahasiswa lulusan pondok pesantren sehingga mempunyai *basic* yang tepat dengan usaha MABRUQ. Dan rata-rata pendapatan Mabruq 60-70 juta perbulan.

Table 1.2
Rata-Rata Pendapatan Mabruq

Bulan	Pasien Bekam	Pasien Refleksi	Pasien Ruqyah	Produk Herbal	Jumlah Pasien	Omset (Rp)
1	301	299	120	30	750	76.500.000
2	341	290	136	23	790	81.985.000
3	428	273	125	17	843	85.435.000
4	339	251	95	18	703	70.050.000
5	282	174	39	7	502	46.910.000
6	177	198	31	4	410	38.275.000
7	341	318	62	14	735	69.115.000
8	404	339	51	17	811	74.205.000
9	459	320	104	25	908	88.265.000
10	349	233	128	22	732	76.170.000
11	301	220	107	3	631	65.835.000
12	465	229	134	4	832	85.990.000
Jumlah	4.187	3.144	1.132	184	8.647	

Sumber : Data sekunder Mabruq 2019

Data di atas menunjukkan jumlah omset dan jumlah kunjungan dalam setahun, lebih tepatnya ditahun 2019. Diantara 8.647 pasien yang berkunjung diketahui sebanyak 460pasien yang menjadi pelanggan setia Mabruq ini. Dimaksudkan menjadi pelanggan ialah lebih dari 3x dalam tahun 2019 ini berkunjung ke Mabruq untuk melakukan terapi. Data ini diambil langsung dari pengelola data di Mabruq itu sendiri.

Usaha MABRUQ dari awal memang mengedepankan kualitas pelayanan yang baik kepada pelanggan. Dengan beberapa cara seperti harus menyapa pelanggan dengan ramah, memberikan penjelasan yang dapat dimengerti pelanggan, serta memberikan jasa yang berkualitas dan memang terasa manfaatnya bagi pelanggan. Kualitas pelayanan usaha ini harus didukung dengan kinerja karyawan yang baik, usaha mabruq ini selalu memperhatikan karyawan-karyawannya agar terus meningkatkan kinerjanya. Dengan terpenuhinya kebutuhan karyawan maka akan meningkatkan kinerja karyawan MABRUQ.

Dengan dua factor tersebut, yaitu kualitas pelayanan dan kinerja karyawan maka dapat dilihat tingkat kepuasan pelanggan terhadap usaha MABRUQ. Makin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan dan kinerja karyawan yang terus meningkat maka akan membuat pelanggan merasa puas dan akan kembali lagi menggunakan jasa yang ada pada usaha MABRUQ. Sehingga apabila makin banyak pelanggan yang kembali lagi, maka akan membawa pelanggan yang baru dan akan meningkatkan jumlah pelanggan usaha MABRUQ. Selain meningkatkan jumlah pelanggan, tentu saja dengan hal ini juga akan meningkatkan pendapatan usaha ini. Maka perlu dilakukan peningkatan kualitas pelayanan maupun kinerja karyawan secara terus menerus.

Yang membuat saya tertarik untuk meneliti di mabruq ini adalah pelayanannya yang ramah dan memiliki tempat yang sudah mendapatkan izin usaha dengan nama perusahaan CV. MARKAZ BEKAM RUQYAH (MABRUQ) dan tempat usaha ini terletak ditempat yang sangat strategis karena posisinya dipusat Kota diruko yang besar sehingga meyakinkan klien atau pasien. Dan yang membuat daya tarik lagi diperusahaan ini adalah direktur mabruq yang sekaligus menjadi ketua ARSY (Asosiasi Ruqyah Syar'iyah) Provinsi Jambi yaitu Ustadz Juanda S.Ag dan sumber daya manusia yang lain atau penerapis yang lain selalu ditingkatkan kualitas pengetahuannya setiap seminggu sekali dan mabruq juga member dari PBI (Perkumpulan Bekam Indonesia) yang selalu di upgrade ilmunya bahkan ada ujian tersendiri mengenai hal terapi bekam. Dan jumlah SDM mabruq juga lebih banyak dibanding tempat usaha lain yang notabenenya sama, seperti Rumah Sehat Darussyifa Mayang atau Rehab Hati Sungai Kambang

Tabel 1.3
Perbandingan Member

JENIS KELAMIN	MABRUQ	RUMAH SEHAT MAYANG	REHAB HATI
PRIA	13	3	5
WANITA	4	2	3
JUMLAH	17	5	8

Sumber : hasil survei 2019

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan dan dengan penjelasan teori dan rasa ingin mengetahui secara lebih lanjut mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan kinerja karyawan terhadap kepuasan pelanggan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul: “STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA MARKAZ BEKAM DAN RUQYAH (MABRUQ) KOTA JAMBI”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan adalah

1. Apa saja faktor IFAS dalam Pengembangan Usaha Pada Markaz Bekam dan Ruqyah (MABRUQ) Kota Jambi?
2. Apa saja faktor EFAS dalam Pengembangan Usaha Pada Markaz Bekam dan Ruqyah (MABRUQ) Kota Jambi?
3. Apa Strategi dalam Pengembangan Usaha Pada Markaz Bekam dan Ruqyah (MABRUQ) Kota Jambi?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui faktor IFAS dalam Pengembangan Usaha Pada Markaz Bekam dan Ruqyah (MABRUQ) Kota Jambi.
2. Untuk mengetahui faktor EFAS dalam Pengembangan Usaha Pada Markaz Bekam dan Ruqyah (MABRUQ) Kota Jambi.
3. Untuk mengetahui Strategi dalam Pengembangan Usaha Pada Markaz Bekam dan Ruqyah (MABRUQ) Kota Jambi.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun penelitian ini diharapkan memberikan manfaat :

1. Bagi peneliti

Hasil penulisan ini dapat menjadi pengetahuan dan wawasan bagi peneliti sendiri terutama tentang pengaruh kualitas pelayanan dan kinerja karyawan di dalam usaha MABRUQ (Markaz Bekam dan Ruqyah).

2. Bagi generasi yang akan datang

Diharapkan hasil penulisan ini dapat digunakan sebagai bahan bacaan atau acuan dalam penelitian berikutnya.

3. Bagi usaha MABRUQ (Markaz Bekam dan Ruqyah)

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh pemilik dan karyawan usaha MABRUQ (Markaz Bekam dan Ruqyah) sebagai masukan untuk selalu memberikan kualitas pelayanan yang baik kepada setiap pelanggan serta meningkatkan kinerja karyawan sehingga pelanggan puas.