

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Tinjauan Penelitian Relevan

Penelitian sebelumnya oleh Titin Nofitasari yang berjudul “Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Telkom Indonesia Area Jambi”. Berfokus pada bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT. Telkom Indonesia di Area Jambi secara umum serta menggunakan metode penelitian kuantitatif.<sup>1</sup> Sedangkan, penelitian ini berfokus untuk menjelaskan bagaimana optimalisasi program-program indihome secara khusus mampu memengaruhi kepuasan pelanggan di kota Parepare ditinjau perspektif ekonomi islam dengan menggunakan metode penelitian kualitatif.

Penelitian yang dilakukan oleh Raden Mas Kinnara Amudra Wardana dengan judul. “Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Pada Ukm Cloth Bikers Yogyakarta (Studi Kasus Pada UKM Cloth Bikers Yogyakarta)” lebih dalam membahas mengenai analisis tingkat kepuasan pelanggan pada suatu usaha sekaligus memberikan solusi guna mengoptimalkan tingkat kepuasan pelanggan tersebut.<sup>2</sup> Sedangkan pada penelitian ini, hanya membahas terkait Optimalisasi meningkatkan kepuasan pelanggan yang telah dilakukan oleh PT. Indihome Telkom di Kota Parepare pada layanan program indihome tanpa menyarankan solusi atas menyelesaikan masalah dalam bentuk partisipasinya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dalam perspektif ekonomi Islam.

---

<sup>1</sup>Titin Nofitasari, *Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Telkom Indonesia Area Jambi*, Skripsi Fakultas Ekonomi Islam Universitas Islam Negri Sultan Thaha Saifuddin Jambi, (2019).

<sup>2</sup>Raden Mas Kinnara Amudra Wardana, *Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Ukm Cloth Bikers Yogyakarta (Studi Kasus Pada UKM Cloth Bikers Yogyakarta)*, Skripsi Fakultas Teknologi Industri Dan Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, (2018), h. 50.

Penelitian lain yang memiliki koorlasi dengan penelitian ini dilakukan oleh Muchamad Sobri Sungkar, dkk dengan judul: “Optimalisasi Layanan Untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Melalui Akses Internet Menggunakan Radius Server”. Penelitian tersebut cenderung memberikan solusi peningkatan kepuasan pelanggan melalui optimalisasi fasilitas layanan akses internet secara khusus dengan menysasar pada bagian perbaikan teknologinya.<sup>3</sup> Berbeda dengan penelitian ini yang berfokus untuk menjelaskan bagaimana program-program layanan indihome mampu meningkatkan kepuasan pelanggan tanpa menyinggung aspek teknologi yang telah dijalankan oleh pihak PT. Indihome Telkom di Kota Parepare.

Penelitian sebelumnya oleh Sri Atun Chasanah yang berjudul: “Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Pelanggan Listrik Pasca Bayar di PT. PLN (Persero) Rayon Purbalingga)”.<sup>4</sup> Penelitian ini berfokus pada bagaimana strategi pelayanan meningkatkan kepuasan pelanggan perspektif ekonomi islam secara umum bentuk memenuhi pelayanan agar tercapai kepuasan pelanggan usaha sekaligus memberikan solusi guna mengoptimalkan tingkat kepuasan pelanggan tersebut. Sedangkan pada penelitian ini, hanya membahas terkait optimalisasi meningkatkan kepuasan pelanggan yang telah dilakukan oleh PT. Indihome Telkom Indonesia pada layanan program indihome tanpa menyarankan solusi atas menyelesaikan masalah dalam

---

<sup>3</sup>Muchamad Sobri Sungkar, Dian Lelita Fitriyani, *Optimalisasi Layanan Untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Melalui Akses Internet Menggunakan Radius Server*, Jurnal ICT : Information Communication & Technology. p-ISSN: 2302-0261 & e-ISSN: 2303-3363 Vol. 15 , No. 2, Sekolah Tinggi Manajemen Informatika STMIK - IKMI Cirebon Perjuangan, (2016), h. 5.

<sup>4</sup>Sri Atun Chasanah, *Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Perspektif Ekonomi Islam*, Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, (2015).

bentuk partisipasinya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dalam perspektif ekonomi Islam.

Penelitian lain yang memiliki koorlasi dengan penelitian ini dilakukan oleh Luthfia Zein Pettaran, dkk. dengan judul: “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Kantor Telkom Indihome Makassar”. Berfokus pada bagaimana Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Kantor Telkom Indihome Makassar secara umum serta menggunakan metode penelitian kuantitatif.<sup>5</sup> Sedangkan, penelitian ini berfokus untuk menjelaskan bagaimana optimalisasi program-program indihome secara khusus mampu memengaruhi kepuasan pelanggan di kota Parepare ditinjau perspektif ekonomi islam dengan menggunakan metode penelitian kualitatif.

Penelitian sebelumnya oleh Bagus Mohamad Gandhi Sutarso yang berjudul: “Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan (Study Kasus PT. Pln (Persero) Di Wilayah Semarang)”. Penelitian tersebut cenderung memberikan solusi peningkatan kepuasan pelanggan melalui strategi meningkatkan kepuasan pelanggan yang didapatkan ternyata memang dengan kepuasan pelanggan yang baik maka akan meningkatkan kinerja perusahaan. Dengan memperhatikan faktor eksternal yaitu lingkungan, yang telah terbukti mempengaruhi secara langsung kinerja perusahaan.<sup>6</sup> Berbeda dengan penelitian ini yang berfokus untuk menjelaskan bagaimana program-program layanan indihome mampu meningkatkan kepuasan pelanggan tanpa

---

<sup>5</sup>Luthfia Zein Pettaran, dkk, “*Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Kantor Telkom IndiHome Makassar*”, Jurnal: Paradoks Volume 2. No. 4, Magister Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Muslim Indonesia, (2019).

<sup>6</sup>Bagus Mohamad Gandhi Sutarso, “*Strategi Meningkatkan Kepuasan Konsumen (Study Kasus Pt. Pln (Persero) Di Wilayah Semarang)*”, Skripsi Fakultas Magister Manajemen Universitas Diponegoro Semarang, (2008).

menyinggung aspek teknologi yang telah dijalankan oleh pihak perusahaan PT. Indihome Telkom di Kota Parepare.

## **B. Tinjauan Teori**

### **1. Optimalisasi Program Indihome**

Optimalisasi merupakan pencarian nilai terbaik dari beberapa fungsi yang diberikan pada suatu konteks, terhadap tanggung jawab sosial yang di optimalkan bentuk kepedulian sosialnya terhadap pelanggan, maupun kepada masyarakat secara luas. Ada beberapa pengertian tentang optimalisasi, yaitu sebagai berikut:

Menurut Doli D. Siregar optimalisasi dapat didefinisikan sebagai kegiatan untuk mengoptimalkan potensi nilai, jumlah, dan volume.<sup>7</sup> Menurut Vini Indriasari. Optimalisasi adalah proses untuk mendapatkan keadaan yang memberikan nilai-nilai maksimum dari suatu fungsi.<sup>8</sup>

Optimalisasi dapat pula diartikan sebagai proses pencarian solusi yang paling baik. Problematika yang dihadapi secara umum oleh sebagian besar organisasi/lembaga berkisar pada faktor internal organisasi/lembaga yang meliputi *person* (orang), *tools* (alat), dan *system* (sistem). Jika pembenahan-pembenahan telah dilakukan sesuai dengan kebutuhan organisasi/lembaga, yaitu mulai dari *person*, *tools*, dan *system* atau sampai dengan pembenahan komprehensif.<sup>9</sup> Sedangkan optimalisasi adalah proses pencarian solusi yang terbaik, tidak selalu keuntungan yang paling tinggi yang bisa dicapai jika tujuan pengoptimalan adalah

<sup>7</sup>Doli D. Siregar, "*Optimalisasi Pemberdayaan Harta Kekayaan Negara*", (Gramedia Pustaka Utama, 2002), h. 227.

<sup>8</sup>Vini Indriasari, "*Optimalisasi Word Untuk Penulis Dokumen Ilmiah*", (PT Elex: Media Komputindo, 2009), h. 212.

<sup>9</sup>Deasy Dwi Ratnasari, dkk, "*Optimalisasi Peran Koperasi Wanita dalam Meningkatkan Kesejahteraan Anggota (Studi pada Koperasi wanita Potre Koneng Kabupaten Sumenep*, Jurnal Administrasi Publik (JAP), Vol.1, No. 3, (2013), h. 53.

memaksimalkan keuntungan, atau tidak selalu biaya yang paling kecil yang bisa ditekan jika tujuan pengoptimalan adalah meminimumkan biaya.

Memahami pendapat di atas, dapat dipahami bahwa optimalisasi adalah ukuran yang menyebabkan tercapainya tujuan suatu proses pemecahan jumlah, nilai maksimum dari suatu fungsi. Dalam hal ini, pihak perusahaan melihat optimalisasi sebagai usaha memaksimalkan kegiatan sehingga mewujudkan keuntungan yang diinginkan atau dikehendaki.

Menurut David J.C. & Hawthorn, L.R.L. Mendefinisikan program sebagai hubungan makna yang dirancang dan diterapkan dengan purposive. Suatu program dapat dipahami sebagai kelompok dari aktivitas yang dimaksudkan untuk mencapai satu atau terkait beberapa sasaran hasil.<sup>10</sup>

Menurut Farida Yusuf Tayibnabis. Mengartikan program sebagai segala sesuatu yang dilakukan seseorang dengan harapan akan mendatangkan hasil atau pengaruh. Dengan demikian program dapat diartikan sebagai serangkaian kegiatan yang direncanakan dengan seksama dan dalam pelaksanaannya berlangsung dalam proses yang berkesinambungan, dan terjadi dalam suatu organisasi yang melibatkan banyak orang. Dalam pengertian tersebut ada empat unsur pokok untuk dapat dikategorikan sebagai program, yaitu:

- a. Kegiatan yang direncanakan atau dirancang dengan seksama. Bukan asal rancangan tetapi rancangan kegiatan yang disusun dengan pemikiran yang cerdas dan cermat.

---

<sup>10</sup>McDavid, J.C. dan Hawthorn, L.R.L., *Evaluating Evaluation and Performance Measurement: an Introduction to Practice*, (Thousand Oaks: Sage Publications, 2006), h. 15.

- b. Kegiatan tersebut berlangsung secara berkelanjutan dari satu kegiatan ke kegiatan yang lain, dengan kata lain ada keterkaitan antar kegiatan sebelum dengan kegiatan sesudahnya.
- c. Kegiatan tersebut berlangsung dalam sebuah organisasi, baik organisasi formal maupun organisasi non formal bukan kegiatan individual.
- d. Kegiatan tersebut dalam implementasi atau pelaksanaannya melibatkan banyak orang, bukan kegiatan yang dilakukan oleh perorangan tanpa ada kaitannya dengan kegiatan orang lain.<sup>11</sup>

Menurut Arikunto, S. dan Jabar C. Program memiliki dua pengertian yaitu secara umum dan khusus. Pengertian secara umum, program diartikan sebagai “rencana”. Dalam menentukan program ada tiga pengertian penting yang perlu ditekankan yaitu:

- a. Implementasi atau realisasi suatu kebijakan.
- b. Bukan kegiatan tunggal tetapi jamak berkesinambungan dan terjadi pada waktu yang relatif lama.
- c. terjadi dalam organisasi yang mengikutsertakan sekumpulan orang.

Program bukan merupakan kegiatan tunggal yang relatif dapat diselesaikan dalam waktu yang singkat tetapi, kegiatan yang berlanjut terus/berkesinambungan sebab melakukan suatu kebijakan. Oleh sebab itu, program berlangsung dalam kurun waktu yang cukup lama. Pengertian program ialah kesatuan kegiatan yang merupakan sebuah sistem dan suatu rangkaian kegiatan dilakukan secara terus menerus/ berkesinambungan.<sup>12</sup>

<sup>11</sup>Tayibnapis, Farida Yusuf, *Evaluasi Program*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2000), h. 9.

<sup>12</sup>Arikunto, S. dan Jabar C, *Evaluasi Program Pendidikan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2010), h. 2-7.

Program merupakan pernyataan yang berisi kesimpulan dari beberapa harapan atau tujuan yang saling bergantung dan saling terkait, untuk mencapai suatu sasaran yang sama. Biasanya suatu program mencakup seluruh kegiatan yang berada di bawah unit administrasi yang sama, atau sasaran-sasaran yang saling bergantung dan saling melengkapi, yang semuanya harus dilaksanakan secara bersamaan atau berurutan.<sup>13</sup>

Telkom memutuskan untuk serius pada bisnis jaringan kabel untuk berkembang menjadi perusahaan yang lebih baik dan lebih aman. Telkom harus terus mengembangkan keuntungan kompetitifnya mempertimbangkan perubahan lingkungan bisnisnya, salah satunya adalah dengan adanya perkembangan internet. Telkom meyakini internet merupakan utilitas ketiga dari kebutuhan masyarakat setelah air dan listrik. Dengan fakta tersebut, Telkom Indonesia berinovasi menjadi perusahaan dengan dua produk utama untuk pelanggan, yaitu dengan menghadirkan Indihome (selain wifi.id). Indihome merupakan inovasi nilai terhadap layanan broadband, dengan membentuk beberapa atribut program yang tidak dimiliki oleh kompetitor lainnya di bidang sejenis, seperti Triple Play (*Internet Fiber, Internet TV dan Internet Telephony*) serta beragam pilihan add-on di dalam ekosistem layanan Indihome dengan harga yang kompetitif.

Indihome resmi diluncurkan pada awal tahun 2015. Indihome juga merupakan salah satu program dari proyek utama telkom. Dalam penyelenggaraannya, telkom menggandeng sejumlah pengembangan teknologi komunikasi untuk membangun rumah berkonsep digital. Pelayanan Indihome hanya

---

<sup>13</sup>Muhaimin, Suti'ah, dan Sugeng Listyo Prabowo, *Manajemen Pendidikan*, (Jakarta: Kencana, 2009), h. 349.

bisa di terapkan pada rumah yang di wilayahnya tersedia jaringan serat optik dari Telkom dan area yang masih menggunakan kabel lembaga.

Indihome merupakan satu dari beragam program layanan yang dilahirkan TELKOM Group yakni layanan terpadu termasuk layanan komunikasi data dan berbagai entertainment. Program yang mencakup triple play adalah internet on fiber, useeTV dan juga telepon rumah. Indihome juga dilengkapi dengan beragam layanan tambahan atau add on yang dapat dipilih sesuai keinginan dan kebutuhan pelanggan seperti wifi.id, tren micro, antivirus, Indihome view dan telepon maini.

Paket Indihome juga dilengkapi dengan konten seperti layanan portal musik digital dan Home Automation. sejak diluncurkannya Indihome, pelanggan yang berlangganan paket internet Speedy satu persatu diminta transmigrasi ke Indihome, karena layanan dagang Speedy akan segera diberhentikan pada tahun 2015.<sup>14</sup>

Program Indihome Fiber juga menawarkan layanan dual play yang terdiri Internet telepon rumah (fixed phone) atau internet fiber (internet cepat) dan tv interaktif (useetv) atau internet fiber (internet cepat). Indihome memiliki layanan triple play serta beberapa fitur tambahan, yaitu:

- a. Internet On Fiber merupakan layanan internet berkecepatan tinggi menggunakan fiber optik dari Telkom Indonesia yang memiliki keunggulan diantaranya lebih cepat, lebih stabil, lebih handal dan lebih canggih.
- b. UseeTV yang merupakan layanan televisi interaktif dan personalized berteknologi internet protocol dan dilengkapi fitur seperti TV On Demand, Video On Demand, Pause andrewind, Video Recorder.

---

<sup>14</sup>Indihome, *About us*. Retrieved from [indihome.co.id/about-us](https://indihome.co.id/about-us): <https://indihome.co.id/about-us> (Diakses Pada Tanggal 25 Juli 2021).



- c. Telepon rumah yang merupakan layanan komunikasi telepon dengan biaya lebih murah dengan kualitas suara jernih. Paket telepon rumah IndiHome menawarkan gratis telepon 1000 menit lokal/interlokal.<sup>15</sup>

## 2. Meningkatkan Kepuasan Pelanggan

### a. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono kepuasan pelanggan adalah suatu tingkatan dimana perkiraan kinerja produk sesuai dengan harapan pembeli. Produk yang ditawarkan organisasi harus berkualitas, dalam rangka menciptakan kepuasan pelanggan. Istilah kualitas sendiri mengandung banyak pengertian, karena kualitas memiliki sejumlah level: universal (sama di manapun), kultural (tergantung sistem nilai budaya), sosial (dibentuk oleh kelas sosial ekonomi, kelompok etnis, keluarga, teman sepergaulan), personal (tergantung preferensi atau selera setiap individu). Secara sederhana, kualitas dapat diartikan sebagai produk yang bebas cacat. Dengan kata lain, produk sesuai dengan standar (target, sasaran atau persyaratan yang bisa didefinisikan, diobservasi dan diukur). Kualitas mencerminkan semua dimensi penawaran produk yang menghasilkan manfaat (benefits) bagi pelanggan. Istilah nilai (value) sering kali digunakan untuk mengacu pada kualitas relatif suatu program dikaitkan dengan harga program yang bersangkutan.<sup>16</sup>

Menurut Fandy Tjiptono kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dengan harapannya. Ketidakpuasan timbul apabila hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan. Setiap perusahaan yang memperhatikan kepuasan pelanggan akan memperoleh beberapa

---

<sup>15</sup><http://www.IndiHome.co.id/myIndiHome/> (Diakses Pada Tanggal 25 Juli 2021).

<sup>16</sup>Tjiptono dkk, *Pemasaran Strategi*, (Penerbit ANDI: Yogyakarta, 2008), h. 67.

manfaat pokok yaitu reputasi perusahaan yang makin positif dimata pelanggan dan masyarakat, serta dapat mendorong terciptanya loyalitas pelanggan yang memungkinkan bagi perusahaan, meningkatkan keuntungan, harmonisnya hubungan perusahaan dengan pelanggannya, serta mendorong setiap orang dalam perusahaan untuk bekerja dengan tujuan yang lebih baik.<sup>17</sup>

Menurut Ujang Sumarwan Kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam wacana bisnis dan manajemen. Pelanggan merupakan fokus utama pembahasan mengenai kepuasan oleh karena itu, pelanggan memegang peranan cukup penting dalam mengukur kepuasan terhadap produk maupun pelayanan yang diberikan perusahaan. Kepuasan pelanggan merupakan dampak dari perbandingan antara harapan pelanggan sebelum pembelian dengan yang sesungguhnya diperoleh pelanggan dari produk yang dibeli tersebut.<sup>18</sup> Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya.<sup>19</sup>

Menurut Kotler dan Amstrong mengenai kepuasan pelanggan adalah tingkat dimana suatu pencapaian performa dari sebuah produk yang diterima oleh pelanggan sama dengan ekspektasi pelanggan itu sendiri.<sup>20</sup> Sedangkan menurut Irawan kepuasan pelanggan adalah hasil dari akumulasi dari pelanggan atau pelanggan dalam menggunakan produk dan pelayanan (jasa). Pelanggan puas kalau setelah membeli produk tersebut, ternyata kualitas produknya baik. Oleh karena itu, setiap transaksi

---

<sup>17</sup>Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2015), h. 10.

<sup>18</sup>Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen*, (Bandung: Ghalia Indonesi, 2011), h. 45.

<sup>19</sup>Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: 2008), h. 71.

<sup>20</sup>Kotler. P. dan Amstrong, G, "*Principles Of Marketing*", (New Jersey: Pearson Prentice Hall, 2010), h. 13.

atau pengalaman baru, akan memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Pelanggan yang puas adalah pelanggan yang akan berbagi rasa dan pengalamannya dengan pelanggan lain.<sup>21</sup>

Pandangan terhadap kepuasan pelanggan sangat bervariasi, keragaman itu akan memberikan pembaca pemahaman yang lebih luas.<sup>22</sup> Tidak ada satu pun ukuran tunggal terbaik mengenai kepuasan pelanggan yang disepakati secara universal. Meskipun demikian, di tengah beragamnya cara mengukur kepuasan pelanggan, sementara itu dalam pengukuran terhadap kepuasan pelanggan menggunakan item dalam pengukuran kepuasan pelanggan, yaitu :

1) Kepuasan Pelanggan Keseluruhan (*Overall Customer Satisfaction*)

Kepuasan Pelanggan Secara Menyeluruh adalah langsung menanyakan kepada pelanggan seberapa puas mereka terhadap jasa. Hal ini dapat dilakukan dengan cara mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap jasa perusahaan bersangkutan dan membandingkan dengan tingkat kepuasan pelanggan keseluruhan terhadap jasa para pesaing.

2) Konfirmasi Harapan (*Confirmation Of Expectations*)

Konfirmasi Harapan adalah tingkat kesesuaian antara kinerja dan harapan pelanggan.

3) Kesiediaan Untuk Merekomendasikan (*Willingness To Recommend*)

Kesiediaan Untuk Merekomendasikan adalah kesiediaan pelanggan untuk merekomendasikan kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran

---

<sup>21</sup>Basu, Swastha, & Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: Liberty, 2001), h. 119.

<sup>22</sup>Ali Hasan, *Marketing* Cetakan Pertama, (Yogyakarta: Medpress, 2008), h. 56.

yang penting untuk dianalisis dan ditindak lanjuti.<sup>23</sup> Sebenarnya tiga item tersebut merupakan penjabaran dari persepsi dan harapan pelanggan dalam menilai kepuasan pelanggan secara menyeluruh.

#### **b. Dimensi Kepuasan Pelanggan**

Dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan, terdapat lima indikator yang harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu:

##### 1) Kualitas Layanan

Pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan.

##### 2) Kualitas Produk

Pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

##### 3) Emosional

Pelanggan akan merasa bangga dan mendapat keyakinan bahwa orang lain akan kagum dengannya bila menggunakan produk dengan merek tertentu sehingga menimbulkan kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai social atau self- esteem yang membuat pelanggan menjadi puas terhadap merek tertentu.

##### 4) Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang Relatif murah akan memberikan nilai yang Relatif tinggi kepada pelanggan sehingga menimbulkan kepuasan.

---

<sup>23</sup>Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* Cet. Ketiga, (Jawa Timur: Banyumedia Publishing, 2007), h. 366.

#### 5) Biaya dan Kemudahan

Pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu.<sup>24</sup>

Berdasarkan pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan meliputi indikator kualitas produk, kualitas layanan, emosional, harga dan biaya dan kemudahan.

#### **c. Manfaat kepuasan pelanggan**

Setiap pelanggan atau pengguna jasa perusahaan perlu diperhatikan kebutuhannya. Pemenuhan kebutuhan tersebut akan meningkatkan kepuasan pelanggan atau pengguna jasa tersebut sehingga akan memberikan manfaat bagi perusahaan. Kepuasan pelanggan memberikan beberapa manfaat, antara lain:

- 1) Meningkatkan jumlah pelanggan.
- 2) Memperbaiki citra perusahaan
- 3) Mendorong terciptanya loyalitas pelanggan.
- 4) Terciptanya hubungan yang harmonis antara perusahaan dan pelanggan.<sup>25</sup>

Dari uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan sangat berkaitan erat antara pelanggan dan perusahaan terutama dalam kualitas layanan perusahaan yang akan mempengaruhi kepuasan pelanggan yang dapat menguntungkan perusahaan itu sendiri.

---

<sup>24</sup>Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori Dan Praktik*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), h. 127.

<sup>25</sup>Netty Ulidarma. "*Tingkat Kepuasan Pengguna Terhadap Fasilitas Layanan Sirkulasi Perpustakaan Akper Kesdam 1/ Bukit Barisan Medan*". (Skripsi: Fakultas Sastra Medan), h. 8.

#### d. Kepuasan Pelanggan Ekonomi Islam

Islam mengajarkan kepada umatnya untuk saling tolong menolong dalam hal kebaikan antara satu dengan yang lainnya, begitu juga dalam hal muamalah. Muslim harus qona'ah mengenai hal-hal yang sudah didapatkan dan tidak diperbolehkan menggunakan prinsip yang tidak syar'I dengan alasan ingin mendapatkan harta lebih banyak walaupun untuk menghidupi keluarga. Dalam Q.S At-Taubah/9: 59 dijelaskan bahwa :

وَلَوْ أَنَّهُمْ رَضُوا مَا آتَاهُمُ اللَّهُ وَرَسُولُهُ وَقَالُوا حَسْبُنَا اللَّهُ سَيُؤْتِينَا اللَّهُ مِنْ فَضْلِهِ وَرَسُولُهُ إِنَّا إِلَى اللَّهِ رَاغِبُونَ

Terjemahnya:

Dan (amatlah baiknya) kalau mereka berpuas hati dengan apa yang diberikan oleh Allah dan RasulNya kepada mereka, sambil mereka berkata: "Cukuplah Allah bagi kami Allah akan memberi kepada kami dari limpah kurniaNya, demikian juga RasulNya sesungguhnya kami sentiasa berharap kepada Allah.<sup>26</sup>

Sebuah transaksi ekonomi pasti tak terlepas dari penjualan dan pembelian yang mana hal ini digambarkan dalam bentuk kepuasan pelanggan terhadap produk atau jasa yang diperoleh dari penjualan. Berkaitan dengan penyediaan layanan pelanggan, Islam telah mengatur bagaimana cara untuk menghasilkan layanan yang Pendidikan dan latihan.<sup>27</sup>

Dijelaskan dalam hadist yang diriwayatkan oleh Abu Dawud melalui Abu Zur'ah yang berbunyi :

<sup>26</sup>Departemen Agama RI, At-Taubah/9 : 59.

<sup>27</sup>"Kepuasan Pelanggan Perspektif Islam". <http://www.dakwatuna.com/2007/hukum-islam>. (Diakses Pada Tanggal 25 Juli 2021).

سُئِلَ رَأْسُ الْقَوْمِ هُرَّ أَبَا سَمِعَةَ : يَقُولُ وَ اللَّهُ لَا يَفْتَرُ قَنْ إِثْنَانِ إِلَّا عَنْ تَرَاضٍ<sup>28</sup>

Artinya:

Dan Abu Zur'ah berkata : aku mendengar Abu Hurairah berkata tentang sabda rasul saw, “pembeli dan penjual jangan berpisah kecuali dengan suka sama suka saling ridha”. (Abu Dawud No. 3458)

Dari hadis diatas dapat diambil kesimpulan bahwa diriwayatkan oleh Abu Dawud menjelaskan bahwa dalam jual beli ada khiyar (hak pembeli untuk melanjutkan atau membatalkan transaksi) dimana jika dalam jual beli tersebut terpenuhi khiyarnya maka penjual dan pembeli akan mendapatkan berkah. Karena jual beli yang dilakukan dengan cara baik dan tidak ada yang disembunyikan antara keduanya.

### 3. Ekonomi Islam

#### a. Definisi Ekonomi Islam

Kata Ekonomi berasal dari kata Yunani, yaitu *oikos* dan *nomos*. Kata *oikos* berarti rumah tangga, sedangkan kata *nomos* memiliki arti mengatur. Maka secara garis besar ekonomi diartikan sebagai aturan rumah tangga, atau manajemen rumah tangga. Sedangkan ilmu ekonomi adalah salah satu cabang ilmu sosial yang khusus mempelajari tingkah laku manusia atau segolongan masyarakat dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhan yang relative tidak terbatas, dengan alat pemuas kebutuhan yang terbatas adanya. Adapun dalam pandangan Islam, ekonomi atau *iqtishad* berasal dari kata “*qosdun*” yang berarti keseimbangan dan keadilan.<sup>29</sup>

<sup>28</sup>Abi Dawud Sulaiman bin al-Asy'ats as-Sajistaani, *Sunan Abi Dawud*, (Riyadh: Dauliyah,tt) h 386. Hadits No. 3458. “Abwabul ijarah”, (باب في فضل الاقالة), “Sumber Hadits dari Abu Dawud No. 3458).

<sup>29</sup>Ika Yunia Fauzia dan Abdul Kadir Riyadi. *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid al-Syariah*. (Jakarta: Prenadamedia Group, 2014), h. 2.

Ekonomi Islam adalah cabang ilmu yang membantu merealisasikan kesejahteraan manusia melalui alokasi dan distribusi sumberdaya yang langka, yang sejalan dengan ajaran Islam, tanpa membatasi kebebasan individu ataupun menciptakan ketidakseimbangan ekonomi makro dan ekologis.<sup>30</sup>

Pendapat lain mengatakan bahwa ekonomi Islam adalah ilmu yang mempelajari segala perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya dengan tujuan memperoleh falah (kedamaian dan kesejahteraan dunia akhirat). Ekonomi syariah berbicara masalah menjamin berputarnya harta di antara manusia, sehingga manusia dapat memaksimalkan fungsi hidupnya sebagai hamba Allah untuk mencapai falah didunia dan akhirat.<sup>31</sup> Dari berbagai pengertian mengenai Ekonomi Islam, dapat disimpulkan bahwa Ekonomi Islam adalah Ilmu yang mempelajari kegiatan ekonomi dengan berlandaskan ajaran Islam yang mencegah ketidakadilan agar manusia dapat menjalankan kewajibannya kepada Allah dan masyarakat, untuk mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat

#### **b. Sistem Ekonomi Islam**

Sistem didefinisikan sebagai suatu organisasi berbagai unsur yang saling berhubungan satu sama lain. Unsur-unsur tersebut juga saling mempengaruhi, dan saling bekerja sama untuk mencapai tujuan tertentu. Dengan pemahaman semacam itu, maka kita bisa menyebutkan bahwa sistem ekonomi merupakan organisasi yang terdiri dari bagian-bagian yang saling bekerja sama untuk mencapai tujuan ekonomi.

Sistem ekonomi Islam adalah suatu sistem ekonomi yang didasarkan pada ajaran dan nilai-nilai Islam. Sumber dari keseluruhan nilai tersebut sudah tentu Al-

---

<sup>30</sup>M Umer Chapra, *What is Islamic Economics, IDB Prize Winner's Lecture Series No. 9*, (Jedda: Islamic Development Bank, 1996), h. 33.

<sup>31</sup>Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam (Sejarah, Konsep, Instrumen, Negara, dan Pasar) Edisi Revisi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), h. 23.



Qur'an, As-Sunnah, ijma dan qiyas. Nilai-nilai sistem ekonomi Islam ini merupakan bagian integral dari keseluruhan ajaran Islam yang komprehensif dan telah dinyatakan Allah Swt sebagai ajaran yang sempurna.<sup>32</sup>

Karena didasarkan pada nilai-nilai Ilahiah, sistem ekonomi Islam tentu saja akan berbeda dengan sistem ekonomi kapitalis yang didasarkan pada ajaran kapitalisme, dan juga berbeda dengan sistem ekonomi sosialis yang didasarkan pada ajaran sosialisme. Dalam beberapa hal, sistem ekonomi Islam merupakan kompromi antara kedua sistem tersebut, namun dalam banyak hal sistem ekonomi Islam berbeda sama sekali dengan kedua sistem tersebut. Sistem ekonomi Islam memiliki sifat-sifat baik dari kapitalisme dan sosialisme, namun terlepas dari sifat buruknya.

Pada dasarnya sistem ekonomi Islam berbeda dari sistem-sistem ekonomi kapitalis dan sosialis; dan dalam beberapa hal merupakan pertentangan antara keduanya dan berada di antara kedua ekstrim tersebut. Sistem ekonomi Islam memiliki kebaikan-kebaikan yang ada pada sistem ekonomi kapitalis dan sosialis, tetapi bebas daripada kelemahan yang terdapat pada kedua sistem tersebut. Hubungan antara individu dalam sistem ekonomi Islam cukup tersusun sehingga saling membantu dan kerjasama diutamakan dari persaingan dan permusuhan sesama mereka.

### **c. Tujuan Ekonomi Islam**

Kegiatan ekonomi sebenarnya adalah kegiatan manusia untuk mencukupi kebutuhan hidupnya. Dalam rangka melaksanakan kegiatan inilah diperlukan aturan-aturan lain yang mestinya sarat dengan muatan moral agar tidak timbul kekacauan dan kesulitan. Namun setelah itu kegiatan ekonomi lebih banyak didominasi oleh

---

<sup>32</sup>Mustafa Edwin Nasution, dkk, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana, 2006), h. 2.

logika-logika manusia yang saling bertentangan satu dengan lainnya, yang mengakibatkan semakin melebarnya jurang pemisah antara golongan kaya dan dengan golongan miskin. Demikian pula sistem ekonomi sosial komunis yang didominasi oleh perencanaan dan penguasaan alat-alat produksi secara terpusat oleh negara karena mengabaikan hak-hak individual ternyata juga tidak membawa kepuasan pelanggan kepada umat muslim.<sup>33</sup>

Secara umum tujuan ekonomi Islam dalam Islam adalah untuk menciptakan al-falah atau kemenangan, keselamatan dan kebahagiaan dunia dan akhirat. Mencapai hal demikian, maka manusia harus bekerja keras mencari rezeki dalam rangka memenuhi kebutuhan-kebutuhan hidupnya baik yang bersifat materi maupun non materi (rohaniah), serta berbuat baik dengan harta yang dimilikinya dengan memperhatikan nilai-nilai dan norma-norma ajaran Islam, berupa pelaksana perintahnya dan menjauhkan larangannya agar terciptanya kemashlahatan yang sesungguhnya baik untuk dirinya sendiri dan orang lain.<sup>34</sup>

#### **d. Prinsip-prinsip Ekonomi Islam**

Prinsip ekonomi Islam merupakan suatu kaidah pokok yang membangun struktur atau kerangka ekonomi Islam yang digali dari Al-Quran dan As-Sunnah yang berfungsi sebagai pedoman dasar bagi setiap individu dalam berperilaku ekonomi. Berikut ini merupakan prinsip-prinsip dalam ekonomi Islam.

##### 1) Prinsip Keadilan

Adil dalam terminology fikih adalah menempatkan sesuatu pada tempatnya dan memberikan sesuatu hanya pada yang berhak serta memperlakukan sesuatu pada

---

<sup>33</sup>Didin Hafidhuddin, *Islam Aplikatif*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2003), h. 109.

<sup>34</sup>Anwar Abbas, *Dasar-dasar Ekonomi Islam*, (Jakarta: Fakultas Syariah dan Hukum Uin Syahid, 2009), h. 14.

posisinya (*wadh' al-syai'fi mahallih*).<sup>35</sup> Yang dimaksud dengan landasan keadilan yaitu bahwa seluruh kebijakan dan kegiatan ekonomi harus dilandasi oleh paham keadilan dengan menimbulkan dampak positif bagi pertumbuhan dan pemerataan pendapatan dan kesejahteraan seluruh lapisan masyarakat.

Implementasi keadilan dalam aktivitas ekonomi adalah berupa aturan prinsip interaksi maupun transaksi yang melarang adanya unsur:

(a) Riba

Riba merupakan salah satu rintangan yang seringkali menggiurkan banyak orang untuk mendapatkan keuntungan. Islam melarang riba dengan segala bentuknya karena bertentangan dengan prinsip kemanusiaan, persaudaraan dan kasih sayang. Pengharaman riba dapat dimaknai sebagai penghapusan praktek ekonomi yang menimbulkan kezaliman atau ketidakadilan.

(b) Maysir

Islam melarang segala bentuk perjudian atau segala bentuk perilaku spekulatif atau untung-untungan, hal tersebut karena judi dan segala bentuknya mengandung unsur spekulasi dan membawa kepada kemudharatan yang sangat besar, yang biasanya berbentuk permainan atau perlombaan.

(c) Gharar

Gharar baik dalam interaksi sosial maupun transaksi finansial bisa mengambil bentuk adanya unsur yang tidak diketahui atau tersembunyi untuk tujuan yang merugikan atau membahayakan pihak lain. Islam melarang jual beli atau transaksi yang mengandung gharar dimana karena gharar terkait dengan adanya ketidakjelasan akan sesuatu dalam melakukan transaksi.

---

<sup>35</sup>Mursal, "Implementtasi Prinsip-prinsip Ekonomi Syariah: Alternatif Mewujudkan Kesejahteraan Berkeadilan", *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam*, Vol.1, No.1, 2015, h. 78.

(d) Haram

Jenis dan bentuk lembaga dengan segala produknya, yang berkembang, pada prinsipnya dapat diterima sebagai kegiatan ekonomi yang sah, selama tidak ada dalil yang melarangnya. Larangan dalam hukum Islam terdiri dari dua kategori, yaitu larangan secara material (materi, zat atau bendanya) dan larangan disebabkan faktor eksternal.

2) Prinsip Tanggung Jawab

Konsepsi tanggung jawab dalam Islam secara komprehensif ditentukan, yaitu terdapat dua aspek, pertama, tanggung jawab menyatu dengan status kekhilafan manusia yang keberadaannya sebagai wakil Allah di muka bumi, kedua, konsep tanggung jawab dalam Islam pada dasarnya bersifat sukarela dan tidak harus dicampur dengan pemaksaan yang ditolak sepenuhnya oleh agama Islam.<sup>36</sup>

3) Prinsip Amanah

Amanah adalah pesan yang dititipkan kepada orang lain untuk disampaikan, selain itu juga merupakan keamanan, ketentraman, dan kepercayaan.<sup>37</sup> Sifat amanah adalah sifat yang wajib dimiliki oleh seorang muslim, terlebih untuk pengusaha muslim.<sup>38</sup> Amanah bukan hanya dapat dipercaya tetapi juga bertanggung jawab dalam melaksanakan tugas dan kewajibannya, karena dilandasi oleh sikap percaya dan besarnya rasa tanggung jawab pada kewajiban yang dibebankan.

---

<sup>36</sup>Abuddin Nata, *Studi Islam Komprehensif*, h. 419.

<sup>37</sup>Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Pusat Bahasa, 2008), h. 48.

<sup>38</sup>Anton Ramdan, *Etika Bisnis dalam Islam*, (Jakarta: Bee Media Indonesia, 2013), h. 52.

#### 4) Prinsip Kejujuran

Kejujuran memiliki nilai dasar yang harus dipegang dalam menjalankan kegiatan bisnis. Hubungan antara kejujuran dan keberhasilan kegiatan ekonomi menunjukkan hal yang positif, dan akan mendapatkan kepercayaan dari pihak lain dan dapat memberikan dampak positif, karena semua muamalat dalam Islam akan sempurna bila bersifat jelas, tenang, jauh dari praktik-praktik penipuan, pemalsuan dan yang lainnya.<sup>39</sup>

### C. Tinjauan Konseptual

Dalam skripsi ini yang berjudul “Optimalisasi Program Indihome Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Kota Parepare (Prespektif Ekonomi Islam)”. Untuk lebih memahami maksud dari penelitian tersebut maka calon peneliti akan memberikan definisi dari masing-masing kata yang terdapat dalam judul tersebut.

#### 1. Optimalisasi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia. Optimalisasi adalah tertinggi, paling baik, sempurna, terbaik, paling menguntungkan, Mengoptimalkan berarti menjadikan sempurna, menjadikan paling tinggi, menjadikan maksimal, Optimalisasi berarti pengoptimalan, maka optimalisasi dalam hal ini dapat dimaknai sebagai suatu tindakan, proses, atau metodologi untuk membuat sesuatu (sebagai sebuah desain, sistem, atau keputusan) menjadi lebih baik dan sempurna, fungsional, atau lebih efektif.<sup>40</sup>

---

<sup>39</sup>Abdul Ghofur Ansori, *Penerapan Prinsip Syariah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008), h. 199.

<sup>40</sup>Tim Prima Pena, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta:Gita Media Press, 2015), h. 562.

## 2. Program Indihome

Program adalah pernyataan yang berisi kesimpulan dari beberapa harapan atau tujuan yang saling bergantung dan saling terkait, untuk mencapai suatu sasaran yang sama. Biasanya suatu program mencakup seluruh kegiatan yang berada di bawah unit administrasi yang sama, atau sasaran- sasaran yang saling bergantung dan saling melengkapi, yang semuanya harus dilaksanakan secara bersamaan atau berurutan.<sup>41</sup>

Sedangkan IndiHome adalah salah satu produk layanan dari PT. Telekomunikasi Indonesia berupa paket seperti Triple Play (Internet Fiber, Interactive TV dan Telephony).<sup>42</sup>

## 3. Kepuasan Pelanggan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia. Kepuasan pelanggan adalah sangatlah penting untuk mempertahankan loyalitas pelanggan, agar pelanggan tetap setia membeli produk atau jasa kita. Kepuasan diartikan sebagai perasaan senang yang diperoleh melalui pengorbanan. Sedangkan pelanggan memiliki arti membeli atau menggunakan barang secara tetap.<sup>43</sup>

## 4. Perspektif Ekonomi Islam

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia. Perspektif adalah satu cara melukiskan suatu benda pada permukaan yang mendarat sebagaimana yang terlihat oleh mata dengan tiga dimensi (panjang, lebar, dan tingginya); 2 sudut pandang; pandangan.

---

<sup>41</sup>Muhaimin, Suti'ah, dan Sugeng Listyo Prabowo, *Manajemen pendidikan*, (Jakarta: Kencana, 2009), h. 349.

<sup>42</sup>IndiHome. 2018. *About us*. Retrieved from [indihome.co.id/about-us](https://indihome.co.id/about-us): <https://indihome.co.id/about-us> (Diakses Pada Tanggal 25 Juli 2021)

<sup>43</sup>Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Ed. IV, Cet. I, Jakarta: Gramedia, 2008), h. 1110.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia. Ekonomi Islam adalah ilmu sosial yang bisa dapat mempelajari masalah-masalah ekonomi masyarakat melalui dalam suatu perspektif ekonomi Islam.<sup>44</sup>

#### **D. Kerangka Pikir**

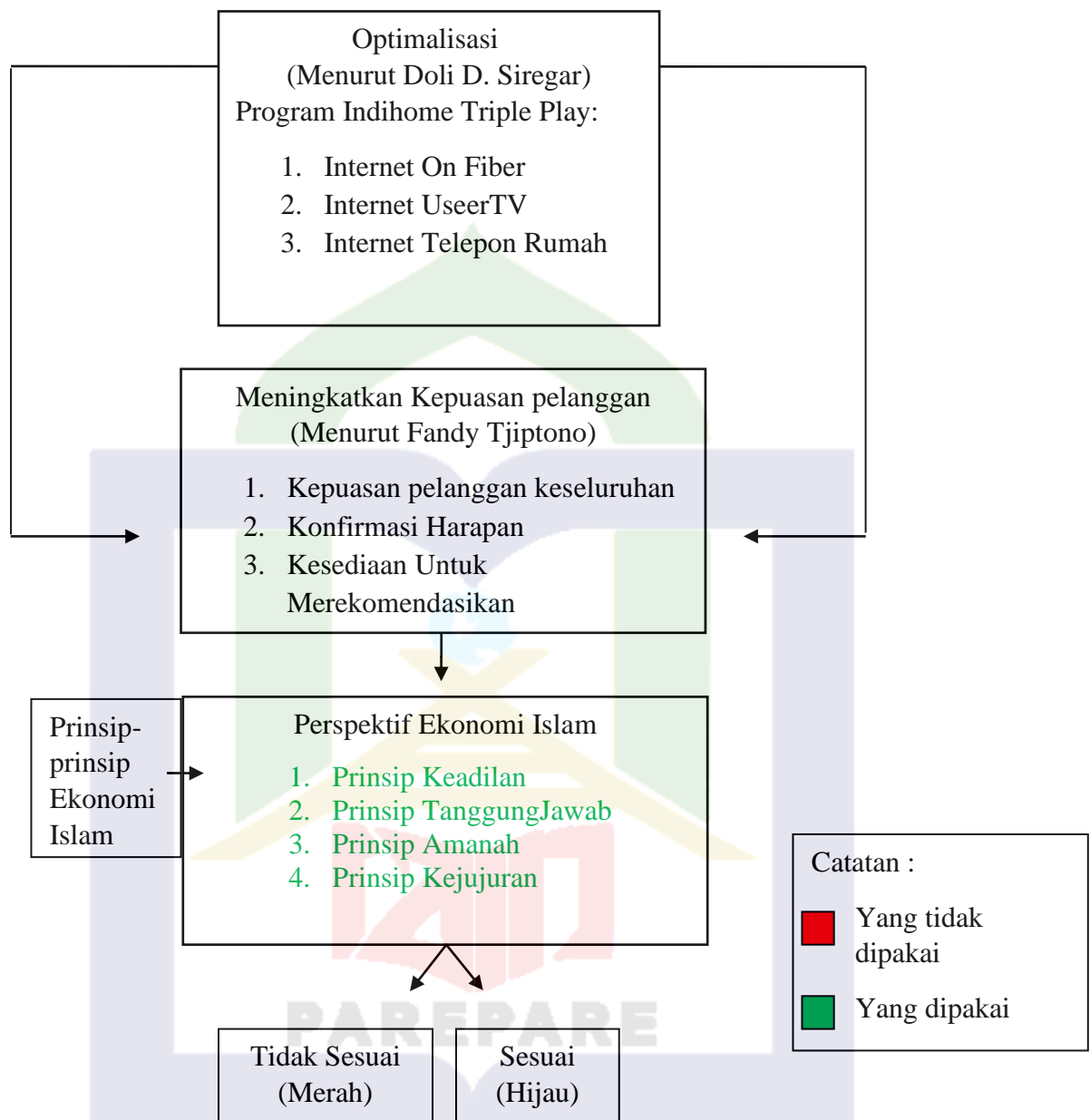
Kerangka pikir merupakan gambaran mengenai hubungan antara variabel dalam suatu penelitian, yang diuraikan oleh jalan pikiran menurut kerangka logis.<sup>45</sup> Kerangka fikir harus diuraikan dengan jelas dan juga logis yang memuat tujuan penelitian, sasaran dan kesimpulan.

Berdasarkan pengertian tersebut diatas maka yang dimaksud dalam judul penelitian ini adalah mengukur Optimalisasi Program Indihome dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Kota Parepare (Prespektif Ekonomi Islam). Dalam penelitian ini menggunakan metode analisis kualitatif, karena penelitian ini bermaksud untuk mendapatkan gambaran atau deskriptif mengenai Optimalisasi Program Indihome dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan, dengan program Indihome layanan Triple Play tiga indikator utama yang menjadi acuan peneliti yaitu kepuasan pelanggan keseluruhan, konfirmasi harapan, dan kesediaan untuk merekomendasikan dengan menggunakan prinsip ekonomi Islam.

---

<sup>44</sup>Tim Penyusun Pusat Bahasa. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. (Jakarta: Gramedia, 2008), h. 31.

<sup>45</sup> Muhammad Idrus, *Metode Penelitian Ilmu Sosial Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif Edisi Kedua*, (Jakarta: Erlangga, 2009), h. 75.



Gambar 2.1 Bagan Kerangka Pikir