



## STRATEGI PENINGKATAN KEPUASAN ANGGOTA TERHADAP KINERJA ORGANISASI PERSATUAN AMAL KEMATIAN AL-IKHLAS SAKO BARU PALEMBANG (STUDI KASUS PAK AL-IKHLAS SAKO BARU PALEMBANG)

**Khoirul Addha<sup>1</sup>, Amir Salim<sup>2</sup>, Chandra Satria<sup>3</sup>**

Prodi Ekonomi Syariah Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Syariah (STEBIS)  
Indo Global Mandiri

Email: khoirul.marindal@gmail.com, amirsalim@stebisigm.ac.id, chandras@stebisigm.ac.id

### Abstract

*This research aims to determine the level of satisfaction of members during their time as members of PAK Al-Ikhlas Sako Baru Palembang, to find out the obstacles faced by PAK Al-Ikhlas in increasing the satisfaction of PAK Al-Ikhlas Sako Baru Palembang members, to find out what strategies PAK uses Al-Ikhlas towards increasing member satisfaction of PAK Al-Ikhlas Sako Baru Palembang and knowing solutions to overcome the obstacles faced by PAK Al-Ikhlas Sako Baru Palembang towards increasing member satisfaction of PAK Al-Ikhlas Sako Baru Palembang. The method used in this research is qualitative method. Respondents in this research came from the management and members of PAK Al-Ikhlas Sako Baru Palembang. The data collection technique uses interview techniques, and finally the researcher uses documentation techniques. The results of this research concluded that; (1) The level of member satisfaction while being a member of PAK Al-Ikhlas Sako Baru is felt to be quite satisfied, satisfied in terms of fees, service quality, product quality, emotional factors and efficiency (convenience); (2) The obstacles experienced by PAK Al-Ikhlas Sako Baru Palembang regarding the quality of burial services are still inadequate to accommodate all members of PAK Al-Ikhlas Sako Baru Palembang in serving all members; (3) Three strategies used by PAK Al-Ikhlas, namely, service strategy, relationship marketing strategy, organizational performance improvement strategy; (4) Every strategy in terms of services that have been carried out continues to be improved, if there are problems discussed and broken down together to jointly find the best solution, it will be able to provide several benefits felt by the organization and give a positive impression to members, there will be evaluation and circulation financial report at the end of work. And at the end of each year, an Annual Member Meeting is also held as an evaluation for the development of members and administrators as well as a Work Plan Meeting*

**Keywords:** *Member satisfaction, Obstacles, Strategy, Solutions*

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan anggota selama menjadi anggota PAK Al-Ikhlas Sako Baru Palembang, mengetahui hambatan yang dihadapi oleh PAK Al-Ikhlas terhadap peningkatan kepuasan anggota PAK Al-Ikhlas Sako Baru Palembang, mengetahui strategi apa yang digunakan PAK Al-Ikhlas terhadap peningkatan kepuasan anggota PAK Al-Ikhlas Sako Baru Palembang dan mengetahui solusi untuk mengatasi hambatan yang dihadapi PAK Al-Ikhlas Sako Baru Palembang terhadap peningkatan kepuasan anggota PAK Al-Ikhlas Sako Baru Palembang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Responden dalam penelitian ini bersumber dari pengurus dan anggota PAK Al-Ikhlas Sako Baru

Palembang. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan Teknik Wawancara, dan terakhir peneliti menggunakan Teknik Dokumentasi. Hasil dari penelitian ini mendapatkan kesimpulan bahwa; (1) Tingkat kepuasan anggota selama menjadi anggota PAK Al-Ikhlas Sako Baru dirasakan cukup puas, puas dari segi iuran, kulaitas pelayanan, kulaitas produk, *Emotional factor emotional* dan *Efficiency* (kemudahan); (2) Hambatan yang dialami oleh PAK Al-Ikhlas Sako Baru Palembang terkait kulaitas jasa tempat pemakaman masih belum memadai untuk menampung seluruh anggota PAK Al-Ikhlas Sako Baru Palembang dalam melayani seluruh anggota; (3) Tiga strategi yang digunakan PAK Al-Ikhlas yaitu, strategi pelayanan, strategi *relationship marketing*, strategi peningkatan kinerja organisasi; (4) Setiap strategi dalam hal jasa yang sudah dilakukan terus ditingkatkan, jika ada masalah dibahas dan di *breakdown* bersama untuk bersama-sama mencari solusi yang terbaik, akan mampu memberikan beberapa manfaat yang dirasakan organisasi dan memberi kesan positif pada anggota, adanya evaluasi serta sirkulasi laporan keuangan diakhir kerja. Dan setiap akhir tahun juga diadakan Rapat Anggota Tahunan sebagai evaluasi untuk pembinaan anggota dan pengurus serta Rapat Rencana Kerja.

**Kata Kunci:** *Kepuasan Anggota, Hambatan, Strategi, Solusi*

## PENDAHULUAN

Organisasi merupakan tempat berkumpulnya orang-orang dalam rangka mencapai satu tujuan tertentu dengan berbagai program yang telah di rencanakan sebelum suatu dilaksanakan, memiliki keragaman pola dan sikap di antara anggotanya (Robbins, 2018). Kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2015).

Indonesia merupakan negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia. Adanya hal-hal yang bernuansa Islam menjadi suatu hal yang menarik untuk diperbincangkan. Menurut Wikipedia Bahasa Indonesia, ensiklopedia bebas. Dalam sensus resmi yang dilirik oleh Kementerian Dalam Negeri tahun 2023, penduduk Indonesia berjumlah 273,32 juta jiwa dengan 86,93% beragama Islam, 10,55% Kristen (7,47% Kristen Protestan, 3,08% Kristen Katolik), 1,71% Hindu, 0,74% Buddha, 0,05% Konghucu, dan 0,03% agama lainnya.

Faktor itu pun yang membuat perkembangan organisasi kemasyarakatan yang berbasis keagamaan mengalami peningkatan. Salah satunya organisasi yang melayani untuk masyarakat yang mengalami musibah meninggal dunia, yakni organisasi Persatuan Amal Kematian (PAK), baik itu dalam lingkungan tingkat Rukun Tetangga (RT) sampai pada kelompok/suku masyarakat tertentu. Organisasi PAK lebih mengarah pada usaha-usaha pengumpulan dana dari swadaya masyarakat dan disalurkan untuk membantu dalam penyelegaraan pemakaman bagi keluarga masyarakat Muslim.

Salah satu organisasi persatuan amal kematian di Palembang adalah Persatuan Amal Kematian (PAK) Al-Ikhlas berdiri sejak tahun 2007 yang tepatnya terletak di Jl. Gotong royong 2 Lr. Pewiro kelurahan Sako Baru kecamatan Sako Palembang. Memiliki pengurus aktif sekitar 31 orang, 4 dewan pendiri dan 3 dewan pengawas yang menjalankan fungsi PAK sama layaknya organisasi PAK yang lain, yakni menghimpun dan menyalurkan dana.

Hasil survei awal dengan pengurus PAK AL-Ikhlas Sako Baru Palembang. Pada hari senin tanggal 13 November 2023 pukul 13.30 wib, masih belum tercapai anggota yang diharapkan sampai tahun ini, karena target yang diharapkan 1000 anggota, sampai saat ini anggota baru mencapai 550 anggota. Meskipun berbagai strategi untuk meningkatkan kepuasan anggota sudah dilaksanakan salah satunya pelayanan dari PAK

Al-Ikhlas Sako Baru Palembang yaitu bantuan untuk keluarga duka dengan menyediakan konsumsi kegiatan pengajian dan berdoa bersama selama 3 hari.

Hasil wawancara dengan anggota PAK Al-Ikhlas Sako Baru Palembang, sebagian anggota komplain mengenai pelayanan tempat lahan pemakaman (TPU), karena pengurus PAK Al-Ikhlas Sako Baru Palembang tidak bisa memenuhi TPU untuk melayani semua anggotanya. TPU yang disediakan pengurus yaitu TPU Keramat Jong hanya untuk penduduk asli yang berada di 11 RT kelurahan Sako Baru Palembang.

Permasalahan diatas peneliti tertarik untuk membahas strategi yang digunakan oleh PAK Al-Ikhlas Sako Baru Palembang untuk dapat meningkatkan kepuasan anggota terhadap kinerja pengurus yang bertujuan mempertahankan eksistensi organisasi. Untuk itu peneliti membahas mengenai “Strategi Peningkatan Kepuasan Anggota Terhadap kinerja Organisasi Persatuan Amal Kematian Al-Ikhlas Sako Baru Palembang (Studi Kasus PAK Al-Ikhlas Sako Baru Palembang)”.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Kepuasan Pelanggan**

#### **1. Pengertian Pelanggan**

Kepuasan pelanggan Menurut Kotler (2019) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Tapi, jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas dan senang. Jika kinerja yang dirasakan di bawah harapan, pelanggan tersebut akan merasa dikecewakan, jika kinerja memenuhi harapan pelanggan, pelanggan akan merasa puas, sedangkan jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan akan merasa sangat puas. Kepuasan ini tentu akan dapat dirasakan setelah pelanggan yang bersangkutan mengkonsumsi produk tersebut.

#### **2. Pengukuran Kepuasan Pelanggan**

Menurut Tjiptono (2015) ada empat metode yang dilakukan perusahaan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan, yaitu; (a) Sistem Keluhan dan Saran.(b) *Ghost Shopping* (Pembelanjaan Misteri). (c) *Lost Customer Analysis* (Analisis Pelanggan yang Berhenti). (d) Survey Kepuasan Pelanggan

#### **3. Dimensi Kepuasan Pelanggan**

Pelanggan merasa puas bila harapannya terpenuhi atau akan sangat puas bila harapan pelanggan terlampaui. Menurut Irawan (2018), ada lima dimensi utama kepuasan pelanggan, yaitu; (a) *Price* (Harga), untuk pelanggan yang sensitif, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan *value for money* yang tinggi. Komponen harga ini relatif tidak penting bagi mereka yang tidak sensitif terhadap harga. (b) *Service Quality* (Kualitas Layanan), *service quality* sangat tergantung dari tiga hal yaitu sistem, teknologi dan manusia. Kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru karena pembentukan attitude dan behaviour yang seiring dengan keinginan perusahaan bukanlah pekerjaan mudah. Pembentukan harus dilakukan mulai dari proses rekrutmen, training dan budaya kerja. (c) *Product Quality* (Kualitas Produk), pelanggan merasa puas setelah membeli dan menggunakan produk tersebut apabila kualitas produk yang baik. (d) *Emotional Factor Emotional*, *emotional Factor Emotional* ditunjukkan oleh konsumen atas kepuasan yang diperoleh mereka dalam menggunakan suatu produk/jasa yang menimbulkan rasa bangga dan rasa percaya diri. (e) *Efficiency* (Kemudahan), kemudahan dalam memperoleh produk atau jasa tersebut dan kemudahan dalam pembayaran dapat membuat pelanggan akan semakin puas bila relatif

mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan suatu produk atau pelayanan.

#### 4. Strategi Kepuasan Pelanggan

Melalui strategi kepuasan pelanggan, perusahaan berharap dapat meningkatkan pangsa pasar, penjualan dan jumlah pelanggannya. Berikut strategi kepuasan pelanggan yang dapat diterapkan pada perusahaan jasa menurut Tjiptono (2015); (a) Strategi Manajemen Ekspektasi, pelanggan Ekspektasi pelanggan dibentuk dan didasarkan pada sejumlah faktor, seperti pengalaman berbelanja dimasa lalu, opini teman dan kerabat, serta informasi dan janji - janji perusahaan dan para pesaingnya. (b) Relasi Pemasaran dan Manajemen, relasi pemasaran dan manajemen merupakan cara berpikir mengenai pelanggan, pemasaran, dan penciptaan nilai, bukan sekedar serangkaian alat, teknik dan taktik. Dengan kata lain, relasi pemasaran dan manajemen merupakan ancangan integratif atau holistik yang memperkokoh kompetensi pemasaran perusahaan. (c) *After Marketing* (Setelah Pemasaran) , tahap ini menekankan pentingnya aktivitas pemasaran dan komunikasi setelah transaksi pembelian. Khususnya dalam rangka memberikan keyakinan setelah tahap pembelian (agar konsumen yakin bahwa keputusan pembelian yang dilakukannya benar – benar bijaksana) dan membangun loyalitas merek. (d) Strategi Retensi Pelanggan, strategi retensi pelanggan difokuskan pada teknik-teknik yang digunakan untuk mempertahankan pelanggan agar pelanggan tidak beralih pada pemasok atau perusahaan jasa yang lain. (e) Pelayanan Pelanggan Superior, pelayanan pelanggan superior diwujudkan dengan cara menawarkan layanan yang lebih baik dibandingkan para pesaing. (f) Strategi Pemasukan atau Infusi Teknologi, teknologi bisa dimanfaatkan secara efektif untuk meningkatkan dan memuaskan pengalaman layanan kepuasan pelanggan. (g) Sistem Penanganan Komplain secara Efektif, di dalam industri yang sama - sama bergerak dibidang jasa, wajib untuk menanggapi komplain dari para pelanggannya, agar dapat mengetahui tingkat kepuasan pelanggan. Pada hakikatnya ada dua tujuan utama pelanggan menyampaikan komplain. Pertama, untuk menutupi kerugian ekonomis, dan kedua adalah untuk memperbaiki citra diri (*self-image*). (h) Strategi Pemulihan Layanan. dalam perusahaan jasa, seberapa kerasnya usaha penyedia jasa, tetap saja kekecewaan atau tidak kepuasan pelanggan tidak terhindarkan. Maka dari itu, taktik - taktik pemulihan layanan sangat dibutuhkan guna memberikan dampak yang positif terhadap nilai kepuasan pelanggan, minat pembelian ulang, loyalitas dan komitmen pelanggan, juga persepsi pelanggan terhadap keadilan pelayanan jasa.

#### 5. Manfaat Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono (2015) ada beberapa manfaat jika perusahaan dapat memaksimalkan tingkat kepuasan pelanggannya, antara lain adalah; (a) Terjalin relasi hubungan jangka panjang antara perusahaan dan para pelanggannya. (b) Terbentuknya peluang pertumbuhan bisnis melalui pembelian ulang, cross-selling dan up-selling. (c) Terciptanya loyalitas pelanggan. (d) Terjadinya rekomendasi dari mulut ke mulut yang positif, berpotensi menarik pelanggan baru dan menguntungkan bagi perusahaan. (e) Reputasi perusahaan dan persepsi pelanggan semakin positif di mata pelanggan. (d) Laba yang diperoleh perusahaan dapat meningkat.

#### 6. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Menurut Indrasari (2019) dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan, terdapat lima faktor utama dan harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu; (a) Kualitas produk, pelanggan akan merasa puas bila evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan memang berkualitas. (b) Kualitas pelayanan, pelanggan akan merasa puas apabila mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan. (c) Emosional, pelanggan akan merasa bangga dan yakin bahwa orang lain

akan kagum terhadap mereka, apabila memakai produk tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. (d) Harga, produk dengan kualitas yang sama tetapi harga yang relatif rendah menawarkan nilai yang lebih besar kepada pelanggan. Biaya, pelanggan yang tidak mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk cenderung merasa puas dengan produk tersebut.

## **Teori Kinerja Perusahaan**

### **1. Pengertian Kinerja**

Menurut Mulyadi (2007) dalam Hery (2017), kinerja adalah penentuan secara periodik efektifitas operasional organisasi, bagian organisasi dan karyawannya berdasarkan sasaran, standar dan kriteria yang telah ditetapkan sebelumnya. Kinerja perusahaan mengacu pada seberapa baik suatu organisasi mencapai tujuan yang berorientasi pasar serta tujuan keuangan (Yamin, Gunasekuran, dan Mavondo, 1999).

Pengertian kinerja perusahaan juga dikemukakan oleh Bastian (2011) sebagai gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan tugas suatu organisasi dalam upaya mewujudkan sasaran, tujuan, misi dan visi organisasi tersebut. Kinerja merupakan suatu istilah secara umum yang digunakan untuk sebagian atau seluruh tindakan atau aktivitas dari suatu organisasi pada suatu periode dengan referensi pada jumlah standar seperti biayabiaya masa lalu atau yang diproyeksikan, dengan dasar efisiensi, pertanggungjawaban atau akuntabilitas manajemen dan sebagainya (Srimindarti, 2014).

### **2. Tujuan Pengukuran Kinerja**

Tujuan umum pengukuran kinerja adalah mendorong para pegawai agar bisa memenuhi target perusahaan dan mengikuti standar perilaku yang diputuskan sebelumnya. Sedangkan, tujuan pengukuran kinerja (Mahmudi, 2015), diantaranya; (a) Memahami tingkat pencapaian tujuan perusahaan, apakah sudah sesuai atau justru menyimpang dari apa yang sudah ditetapkan. (b) Menjadi penyedia sarana pembelajaran bagi karyawan mengenai dasar perubahan segala hal yang berkaitan dengan pekerjaan yang perlu pekerja miliki agar hasil kerja mereka baik. (c) Membenahi kinerja pegawai di masa mendatang agar organisasi/perusahaan lebih berprestasi. (d) Mempertimbangkan pengambilan keputusan, penghargaan dan hukuman yang sistematis bagi karyawan dan juga perusahaan. (e) Memberikan motivasi pada karyawan dengan memberikan penghargaan bagi karyawan dengan kinerja yang baik. (f) Menciptakan pertanggungjawaban publik yang menunjukkan besarnya kinerja manajerial.

### **3. Manfaat Pengukuran Kinerja**

Secara umum, manfaat pengukuran kinerja adalah meminimalisir tindakan yang tak semestinya dikehendaki lewat feedback hasil kerja, serta sebagai dasar pemberian penghargaan pada individu yang sudah memenuhi atau melebihi tujuan yang telah disetujui. Sedangkan manfaat atau fungsi pengukuran kinerja (Yuwono dkk, 2017), diantaranya yaitu; (a) Menelaah kinerja pada kemauan konsumen sehingga perusahaan menjadi lebih dekat dengan konsumen dan membuat semua individu yang terlibat dalam perusahaan berupaya membuat konsumen merasa puas (b) Mendorong karyawan untuk memberikan pelayanan gelang rantai pelanggan dan distributor intern. (c) Mengenali beragam inefisiensi dan juga mengupayakan inefisiensi tersebut berkurang. (d) Menciptakan target yang strategis lebih nyata sehingga proses pembelajaran perusahaan/organisasi bisa dipercepat

### **4. Ukuran Kinerja**

Ada sejumlah ukuran kinerja yang bisa digunakan (Mulyadi, 2015), antara lain; (a) Ukuran kinerja tunggal, yaitu ukuran kinerja yang hanya memakai satu ukuran penilaian saja. Sehingga, manajemen dan pegawai usahanya lebih dipusatkan pada satu ukuran dan tak memperdulikan pengukuran lainnya. (b) Ukuran kinerja beragam, yaitu ukuran kinerja yang memakai beragam ukuran guna melakukan penilaian kinerja. Ini digunakan untuk meminimalisir kelemahan ukuran kinerja tunggal. (c) Ukuran kinerja gabungan. Sejumlah ukuran kinerja yang dirasa penting untuk perusahaan secara menyeluruh maka perusahaan akan menjalankan penilaian ukuran kinerja.

#### 5. Faktor-faktor yang mempengaruhi pencapaian kinerja

Menurut Davis dalam Mangkunegara (2017). Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi pencapaian kinerja adalah sebagai berikut; (a) Faktor Kemampuan, kemampuan pegawai terdiri dari kemampuan potensial (IQ) dan kemampuan realitas (keterampilan pengetahuan). Artinya, karyawan yang memiliki IQ di atas rata-rata dengan pendidikan yang memadai karena kedudukannya dan terampil dalam melaksanakan pekerjaan sehari-hari, maka akan lebih mudah baginya untuk mencapai kinerja yang diharapkan dan sebenarnya perusahaan atau organisasi sangat membutuhkannya orang yang mempunyai IQ di atas rata-rata. Karena itu, karyawan perlu ditempatkan pada pekerjaan yang sesuai dengan kebutuhannya keahliannya. (b) Faktor Motivasi (motivasi), motivasi terbentuk dari sikap seorang karyawan dalam menghadapi situasi kerja. Motivasi merupakan kondisi yang menggerakkan diri pegawai.

## **METODE PENELITIAN**

### **Ruang Lingkup Penelitian**

Ruang lingkup penelitian bertempat di PAK Al-Ikhlas Jalan Gotong Royong 2 Lrg Pawiro RT 08 Rw 04 Kelurahan Sako Baru Kecamatan Sako, Kabupaten Kota Palembang, Sumatera Selatan. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk memperoleh gambaran atau jawaban mengenai penelitian yang akan peneliti lakukan terhadap suatu masalah berdasarkan situasi yang wajar dari fenomena yang diteliti. Sumber data yang digunakan dalam penelitian yaitu data primer dengan cara melakukan wawancara langsung di PAK Al-Ikhlas dengan pengurus dan anggota, sedangkan data sekunder dilakukan dengan pengumpulan hasil yang didapat dari dokumentasi atau penelitian terdahulu yang relevan. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi.

### **Gambaran Populasi dan Sampel**

Populasi pada penelitian ini adalah seluruh anggota PAK Al-Ikhlas Sako Baru Palembang yang berjumlah 550 anggota (KK). Adapun wilayah terbagi tiga Rukun Warga (RW) yaitu RW 03, RW 04 dan RW 05. Adapun penarikan sampel sebanyak 550 anggota, terbagi tiga RW yaitu RW 03, RW 04 dan RW 05, yaitu sebanyak 165 anggota dikawasan RT 05,06,07 dan 18 (RW 03) telah menjadi anggota PAK Al-Ikhlas dengan sampel 25 responden, 275 anggota dikawasan RT 08,09,19 dan 20 (RW 04) telah bergabung menjadi anggota PAK Al-Ikhlas dengan sampel 42 responden, dan hanya 110 anggota dikawasan RT 07,10 dan 21 (RW 05) telah bergabung menjadi anggota PAK Al-Ikhlas dengan sampel 17 responden.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil pengamatan lapangan berdasarkan model teoritis, untuk itu peneliti

menyampaikan hasil wawancara dengan beberapa sampel yang terbagi menjadi tiga wilayah RW dengan menggunakan berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Irawan (2018), ada lima dimensi utama kepuasan pelanggan yaitu:

a. *Price* (Harga)

Hasil wawancara di wilayah RW 03 dengan responden 25 anggota, wilayah RW 04 dengan responden 42 anggota dan RW 05 dengan responden 17 anggota, semuanya merasa cukup puas dengan iuran yang sudah ditetapkan PAK Al-Ikhlas Sako Baru Palembang, yaitu iuran bulanan Lima ribu rupiah untuk kewajiban setiap anggota dan Sepuluh ribu rupiah untuk iuran kartu kunung atau kewajiban untuk setiap musibah. Tanggapan anggota kewajiban yang ditunaikan sesuai dengan hak yang diterima. Anggota sangat merasakan betul merasakan manfaat iuran yang mereka tunaikan setiap bulan, karena PAK Al-Ikhlas Sako Baru Palembang setiap iuran yang pengurus terima, bukan hanya di pergunakan untuk keperluan PAK Al-Ikhlas saja, tetapi di gunakan untuk dana sosial, seperti menyantuni anggota yang sedang sakit, dan setiap awal tahun hijriah pengurus PAK Al-Ikhlas mengadakan bakti sosial, yakni memberikan paket sembako untuk anggota yang fakir miskin, dhuafa dan anak yatim.

b. *Service Quality* (Kualitas Layanan)

Hasil wawancara di wilayah RW 03 dengan responden 25 anggota, wilayah RW 04 dengan responden 40 anggota dan RW 05 dengan responden 17 anggota. Pelayanan yang diberikan PAK Al-Ikhlas Sako Baru Palembang dirasakan memuaskan, dimulai dari pelayanan ketepatan waktu merespon setiap ada anggota yang mendapatkan musibah, tidak mengenal waktu yaitu 24 Jam hingga kepada proses pengurusan jenazah sampai dari memandikan, mengkafani, mensholatkan dan menguburkan. PAK Al-Ikhlas Sako Baru Palembang setiap kali ada anggota yang mendapatkan musibah, uang duka diberikan tepat waktu meskipun pengurus menalangi dikarnakan iuran yang dikumpulkan belum 100% terkumpul.

c. *Pruduct Quality* (Kualitas Produk)

Hasil wawancara di wilayah RW 03 dengan responden 25 anggota, wilayah RW 04 dengan responden anggota dan RW 05 dengan responden 17 anggota. Produk PAK Al-Ikhlas Sako Baru Palembang berupa jasa, proses pengurusan jenazah sampai dari memandikan, mengkafani, mensholatkan dan menguburkan, menyiapkan makanan, tenda dan perlengkapan yang lain untuk pengajian hari pertama sampai kepada hari yang ke tiga cukup baik dan dinilai oleh anggota berkualitas, karena dirasakan oleh anggota produk jasa PAK Al-Ikhlas Sako Baru Palembang belum dimiliki PAK lain, meskipun sudah tapi belum konsisten dikarenakan terhalang biaya atau dana operasioanal. Namun ada dua anggota RW 04 tepatnya di RT 19 mengelukan tempat pemakaman (TPU), terkait tempat pemakaman (TPU) masih belum memadai untuk menampung seluruh anggota PAK Al-Ikhlas Sako Baru Palembang. Pemakaman Keramat Jong hanya untuk penduduk yang asli, sedangkan penduduk pendatang di sarankan di pemakamkan TPU Borang Sako Palembang yang untuk selanjutnya ada biaya administrasi perawatan yang tidak lagi ditanggung oleh pengurus PAK Al-Ikhlas Sako Baru Palembang.

d. *Emutional factor Emutional*

Hasil wawancara di wilayah RW 03 dengan responden 25 anggota, wilayah RW 04 dengan responden 42 anggota dan RW 05 dengan responden 17 anggota, semuanya merasa cukup puas, merasa terbantu, merasa bangga dan percaya diri dengan bergabung menjadi anggota PAK Al-Ikhlas Sako Baru Palembang.

e. *Efficiency* (Kemudahan)

Hasil wawancara di wilayah RW 03 dengan responden 25 anggota, wilayah RW 04 dengan responden 42 anggota dan RW 05 dengan responden 17 anggota, semuanya cukup puas karena PAK Al-Ikhlas memberikan kemudahan-kemudahan kepada anggota yang bermasalah, baik masalah iuran bulanan, iuran setiap kejadian musibah. PAK Al-Ikhlas Sako Baru Palembang tidak mempersulit anggota yang ingin menggunakan atau memanfaatkan barang-barang inventaris, seperti perlengkapan tenda, panggung dan kursi dengan biaya sewa disesuaikan dengan kemampuan anggota.

## **PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN**

Hasil wawancara dengan responden, observasi lapangan, dan kajian dokumen, dan dianalisa sesuai dengan pokok pengujian data. Maka peneliti menyimpulkan hasil penelitian berdasarkan model teoritis, teori yang dikemukakan oleh Irawan (2018), ada lima dimensi utama kepuasan pelanggan, yaitu:

### **1. Price (Harga)**

Temuan peneliti pada iuran bulanan dan iuran kartu kuning atau iuran setiap kejadian musibah yang ditetapkan PAK Al-IKhlhas Sako Baru Palembang sejalan dengan definisi yang diungkapkan Philip Kotler bahwa harga adalah jumlah uang yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk jasa. Iuran yang anggota PAK Al-Ikhlas berikan yang dirasakan memberikan dampak positif terhadap kepuasan anggota PAK Al-Ikhlas Sako Baru Palembang, karena iuran yang diberikan anggota dipergunakan untuk kemaslahatan bersama. Temuan ini peneliti dapat menyimpulkan, bahwa kepuasan yang anggota rasakan secara tidak langsung berdampak kepuasan anggota terhadap kinerja organisasi PAK Al-Ikhlas Sako Baru.

### **2. Service Quality (Kulaitas Layanan)**

Temuan peneliti pada kualitas pelayanan yang diberikan PAK Al-Ikhlas Sako Baru Palembang terhadap anggota, sejalan dengan definisi yang diungkapkan Arianto (2018), bahwa kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Anggota PAK Al-Ikhlas sangat terkesan dikarenakan pengurus ikut terjun langsung melayani anggota tidak mengenal waktu. Pelayanannya pun cepat, kulaitas pelayanan dirasa memberikan dampak positif terhadap kepuasan anggota terhadap kinerja organisasi PAK Al-Ikhlas Sako Baru Palembang.

### **3. Produk Quality (Kualitas Produk)**

Bapak Iskandar Zulkarnain menggambarkan tentang kualitas produk jasa yang di berikan PAK Al-Ikhlas Sako Baru Palembang, ungkapan Bapak Iskandar Zulkarnain sebagai berikut:

Bapak Iskandar Zulkarnain mengatakan bahwa, *“Produk jasa yang diberikan sangat baik dan dirasakan cukup puas dan berkualitas, karena dirasakan oleh anggota produk jasa yang diberikan PAK Al-Ikhlas Sako Baru Palembang belum dimiliki PAK lain, meskipun ada namun belum konsisten dikarenakan terhalang biaya atau dana operasioanal. Produk jasa yang diberikan mulai dari pengurusan dan perlengkapan jenazah, seperti memandikan, mengkafani mensholatkan dan menguburkan, sampai kepada pelayanan untuk acara pengajian dan doa dari malam pertama sampai malam ke tiga.”*(sumber: wawancara dengan anggota PAK Al Ikhlas 06 Mei 2024)

Hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa menurut Bapak Zulkarnain, kualitas produk jasa yang diberikan sangat baik dan dirasakan cukup puas dan berkualitas. Menurut peneliti hal inilah yang menjadi upaya PAK Al-Ikhlas Sako Baru Palembang dalam mempertahankan kepuasan anggota dan secara tidak langsung berdampak positif



kepuasan anggota terhadap kinerja organisasi PAK Sako Baru Palembang, sebagaimana pernyataan dari Bapak Iskandar Zulkarnain selaku anggota PAK Al-Ikhlas Sako Baru Palembang.

Namun ada anggota RW 04 tepatnya di RT 19 mengeluhkan tempat pemakaman (TPU), terkait tempat pemakaman (TPU) masih belum memadai untuk menampung seluruh anggota PAK Al-IKhlAs Sako Baru Palembang. pemakaman Keramat Jong hanya untuk penduduk yang asli, sedangkan penduduk pendatang di sarankan di pemakamkan TPU Borang Sako Palembang yang untuk selanjutnya ada biaya administrasi perawatan yang tidak lagi ditanggung oleh pengurus PAK Al-Ikhlas Sako Baru Palembang.

Hal ini diungkapkan oleh Bapak Khairul Anwar selaku anggota PAK Al-Ikhlas Sako Palembang sebagaimana berikut:

*“Sebagian dari kami masyarakat pendatang mengeluhkan tentang lahan pemakaman, lahan pemakaman yang ada dilingkungan Rt 19 dan sekitar kelurahan Sako Baru yaitu pemakaman Jong, diperuntukkan hanya untuk penduduk asli, sedangkan kami penduduk pendatang dimakamkan di tempat pemakaman umum Borang Sako Palembang, yang letaknya cukup jauh dan juga ada biaya perawatan tempat pemakaman berkala, ini cukup menjadi beban untuk kami”.* (sumber: wawancara dengan anggota PAK Al Ikhlas 06 Mei 2024)

Hasil wawancara yang disampaikan Bapak Khairul Anwar selaku anggota PAK Al-Ikhlas Sako Baru Palembang, diketahui bahwa kendala yang dihadapi masih ada, target jumlah anggota yang belum tercapai dan keluhan anggota yang belum teratasi.

Upaya meningkatkan kepuasan anggota dalam hal kualitas jasa di PAK Al-Ikhlas Sako Baru Palembang akan memunculkan hambatan. Adapun hambatan yang dialami oleh PAK Al-Ikhlas Sako Baru Palembang terkait kualitas jasa tempat pemakaman masih belum memadai untuk menampung seluruh anggota PAK Al-Ikhlas Sako Baru Palembang dalam melayani anggota. Sebagaimana temuan peneliti tempat pemakaman Keramat Jong hanya untuk penduduk yang asli, sedangkan penduduk pendatang di sarankan di pemakamkan TPU Borang Sako Palembang. Menurut Peneliti dalam menyampaikan jasa yang diberikan PAK Al-Ikhlas Sako Baru Palembang juga turut memperhatikan keadilan untuk setiap anggotanya dalam memperoleh pelayanan yang sama, termasuk juga mendapatkan hak yang sama dalam pelayanan tempat pemakaman. Hal ini perlu diperhatikan dalam menyelesaikan permasalahan yang ada. Ada kemungkinan permasalahan ini menjadi salah satu kendala untuk tercapainya 1000 anggota PAK Al-Ikhlas Sako baru Palembang.

Wujud dari keberhasilan PAK AL-Ikhlas Sako Baru Palembang dari tahun ke tahun meningkat dimana jumlah anggota yang bergabung dari tahun 2007 dengan anggota berjumlah 90 sampai ke tahun 2023 sebanyak 550 anggota, meski belum sesuai dengan harapan, untuk mencapai 1000 anggota. pencapaian ini tidak terlepas dari strategi PAK Al-Ikhlas Sako Baru Palembang yang juga merupakan sebuah usaha menjamin kepuasan anggota. Strategi yang digunakan adalah strategi pelayanan, dengan pelayanan yang baik dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan anggota sehingga hal tersebut dapat meningkatkan kepuasan anggota terhadap kinerja organisasi PAK Al-Ikhlas Sako Baru Palembang.

Hasil penemuan peneliti menilai strategi pelayanan dalam hal kualitas jasa yang sudah dilakukan cukup baik dan mampu memberikan beberapa manfaat yang dirasakan PAK Al-Ikhlas Sako Baru Palembang dan memberi kesan positif pada anggota terhadap kinerja organisasi PAK Al-Ikhlas Sako Baru Palembang, namun perlu ada peningkatan

lagi. Untuk mempertahankan kepuasan anggota terhadap kinerja organisasi PAK Al-Ikhlas Sako Baru Palembang, setiap strategi dalam hal jasa yang sudah dilakukan terus diterapkan dirutinitas, jika ada masalah dibahas dan di *breakdown* bersama, adanya evaluasi serta sirkulasi laporan keuangan diakhir kerja. Dan setiap akhir tahun juga diadakan RAT (Rapat Anggota Tahunan) sebagai evaluasi untuk pembinaan anggota dan pengurus serta Rapat Rencana Kerja.

#### 4. *Emotional Factor Emotional*

*Emotional factor emotional* ditunjukkan oleh konsumen/anggota atas kepuasan yang diperoleh mereka dalam menggunakan suatu produk atau jasa yang menimbulkan rasa bangga dan rasa percaya diri. Kepuasan dari setiap anggota merupakan hal yang utama. PAK Al-Ikhlas Sako Baru Palembang harus berusaha keras agar dapat terus menjamin kepuasan anggota. Untuk itu, diperlukan strategi guna meningkatkan kepuasan. Seperti yang diungkapkan Ketua PAK Al-Ikhlas Sako Baru Palembang berikut:

*“Ada tiga strategi yang digunakan disini yaitu dari segi pelayanan yang berkualitas dan maksimal, hubungan jangka panjang yang baik dan kinerja PAK Al-Ikhlas Sako Baru Palembang yang ditingkatkan”.* (sumber: wawancara dengan ketua PAK Al Ikhlas 06 Mei 2024)

Ungkapan Bapak Arpan tersebut, diketahui ada tiga bentuk strategi yang digunakan PAK Al-Ikhlas Sako Baru Palembang dalam meningkatkan kepuasan anggota yaitu dengan memberikan pelayanan yang maksimal dan berkualitas, menjalin hubungan jangka panjang berupa pemasaran relasional dan kinerja organisasi yang perlu ditingkatkan. Bapak Arpan menjelaskan bahwa ketiga strategi tersebut digunakan karena dapat meningkatkan kepuasan. Sebagaimana yang dijelaskan Bapak Arpan berikut:

##### a) Strategi pelayanan

*“Untuk bentuk pelayanan yang diberikan pada anggota harus sesuai standar seperti pelayanan yang ramah- tamah, sikap yang sopan dan santun dari pengurus kepada anggota, harus bisa mengerti karakter anggota jadi bisa menyesuaikan ketika memberikan pelayanan, menghargai anggota, tidak memakai nada tinggi dan menggunakan bahasa yang mudah dipahami, memberikan informasi yang dibutuhkan anggota dan pelayanan yang diberikan harus cepat serta tepat. Untuk pemenuhan sarana prasarana sementara ini sudah ada perkembangan, seperti yang sudah dilakukan memberi bantuan untuk keluarga duka dengan menyediakan konsumsi kegiatan pengajian dan berdoa bersama selama 3 hari dan juga dalam bentuk usaha penyewaan tenda dengan harga khusus diberikan kepada anggota PAK Al-Ikhlas Sako Baru Palembang. Dari segi teknologi juga sudah lengkap ada komputer, dan lainnya.”*

Yang pertama strategi pelayanan sesuai prosedur yang diberikan merupakan pelayanan yang berkualitas. Pelayanan yang baik dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan anggota sehingga hal tersebut dapat meningkatkan kepuasan anggota. upaya dari strategi pelayanan yang diterapkan di PAK Al-Ikhlas Sako Baru Palembang adalah pelayanan yang sesuai standar dimana sikap yang ramah tamah, sopan santun, pelayanan yang cepat dan tepat, menggunakan bahasa yang mudah dipahami dan memberikan informasi yang dibutuhkan oleh anggota.

##### b) Strategi pemasaran relasional

*“Selain pelayanan kami juga menjalin hubungan kemitraan baik dengan pengurus maupun anggota. Saya membuat pengurus tetap nyaman bekerja dan kami seperti keluarga. Kalau ada waktu luang sering bercanda, berbagi informasi, dan lainnya. suasananya pun seperti dirumah dengan adanya tempat Shalat dan kamar mandi. Hubungan seperti itu juga diterapkan ke anggota agar terjalin hubungan yang*

*bersifat jangka panjang dan kontinu, perlu upaya pengenalan lebih dekat terhadap setiap anggota, menciptakan komunikasi dua arah antarpengurus PAK Al-Ikhlas Sako Baru Palembang dengan anggota, penting juga dalam mengelola hubungan yang saling percaya dan penuh komitmen antara pengurus dengan anggota. Sampai saat ini, strategi tersebut cukup efektif”.*

Strategi yang kedua merupakan strategi pemasaran relasional dimana pelayanan yang diberikan sekaligus menciptakan komunikasi dua arah antara pengurus dan anggota sehingga tercipta hubungan kemitraan jangka panjang yang bersifat kekeluargaan. Anggota yang datang dipastikan nyaman dengan keadaan yang ada. Strategi pemasaran relasional menurut ungkapan Bapak Arpan sebuah bentuk pemasaran dengan jalinan hubungan kemitraan. Agar tercipta hubungan dua arah yang baik, pengurus dibekali dengan motivasi, penambahan wawasan serta keterampilan berkomunikasi untuk dapat memberikan pelayanan yang berkualitas kepada anggota.

c) Strategi peningkatan kinerja Organisasi

*“Setiap langkah yang direncanakan perlu persiapan yang maksimal dalam arti faktor internal berupa SDM perlu dibekali dengan pengetahuan yang matang dengan harapan bisa memuaskan anggota. Skill yang dimiliki oleh setiap pengurus harus diasah dan ditingkatkan. Kinerja dan komunikasi semua pengurus terhadap anggota itu penting, karena pengurus yang berinteraksi secara langsung dengan anggota. Tujuan dari pengasahan skill atau kemampuan pengurus adalah untuk menciptakan kenyamanan dan kepuasan anggota”*

Strategi yang terakhir yang di gunakan oleh PAK Al-Ikhlas Sako Baru Palembang adalah strategi peningkatan kinerja organisasi yang diutamakan pada SDM yaitu pengurus. Pengurus di PAK Al-Ikhlas Sako Baru Palembang di asah dalam hal kemampuan dan keterampilannya agar dapat memberikan pelayanan yang maksimal dan dapat berkomunikasi dengan baik terhadap anggota.

Temuan peneliti pada *Emotional factor emotional* ditunjukkan oleh anggota atas kepuasan terhadap strategi-strategi yang diberikan PAK Al-Ikhlas Sako Baru Palembang terhadap anggota. Ketiga strategi yang dipaparkan diatas, dapat disimpulkan bahwa setiap aspek strategi tersebut sangatlah berkait erat dan memberikan dampak yang positif pada kepuasan anggota terhadap kinerja organisasi PAK Al-Ikhlas Sako Baru Palembang. Strategi tersebut mampu untuk mempertahankan dan menambah jumlah anggota meski tidak dalam jumlah yang sangat banyak. Ketiga strategi tersebut cukup efektif dalam meningkatkan kepuasan anggota terhadap kinerja organisasi PAK Al-Ikhlas Sako Baru Palembang.

5. *Efficiency* (Kemudahan)

Temuan peneliti pada *efficiency* (kemudahan) yang diberikan PAK Al-Ikhlas Sako Baru Palembang terhadap anggota dinilai cukup mencapai hasil yang di inginkan karena PAK Al-Ikhlas memberikan kemudahan-kemudahan kepada anggota yang bermasalah, baik masalah iuran bulanan, iuran setiap kejadian musibah dan lain sebagainya. PAK Al-Ikhlas Sako Baru Palembang tidak mempersulit anggota yang ingin menggunakan atau memanfaatkan barang-barang inventaris, seperti perlengkapan tenda, panggung dan kursi dengan biaya sewa disesuaikan dengan kemampuan anggota. Kemudahan-kemudahan yang diberikan oleh PAK Al-Ikhlas Sako Baru Palembang, peneliti menyimpulkan bahwa dengan memberikan kemudahan, tidak mempersulit anggota dalam pemanfaatan jasa dan pelayanan yang dirasakan memberikan dampak yang positif pada kepuasan anggota terhadap kinerja organisasi PAK Al-Ikhlas Sako Baru Palembang.

## **SIMPULAN**

Uraian dan paparan hasil penelitian yang telah peneliti sajikan, dapat ditarik kesimpulan strategi PAK AL-Ikhlas Sako Baru Palembang dalam meningkatkan kepuasan anggota terhadap kinerja organisasi PAK Al-Ikhlas Sako Baru Palembang.

1. Tingkat kepuasan anggota PAK Al-Ikhlas Sako Baru Palembang selama menjadi anggota PAK Al-Ikhlas Sako Baru Palembang. Iuran, kualitas pelayanan, kualitas produk/jasa, Emotional Factor Emotional dan kemudahan yang PAK Al-Ikhlas berikan kepada anggota dirasakan memberikan dampak positif terhadap kepuasan anggota PAK Al-Ikhlas Sako Baru Palembang, dan cukup efektif dalam meningkatkan kepuasan anggota terhadap kinerja organisasi PAK Al-Ikhlas Sako Baru Palembang.
2. Hambatan yang dihadapi oleh PAK Al-Ikhlas Sako Baru Palembang terhadap peningkatan kepuasan anggota PAK Al-Ikhlas Sako Baru Palembang. Adapun hambatan yang dialami oleh PAK Al-Ikhlas Sako Baru Palembang terkait kualitas jasa tempat pemakaman masih belum memadai untuk menampung seluruh anggota PAK Al-Ikhlas Sako Baru Palembang dalam melayani seluruh anggota.
3. Strategi yang digunakan PAK Al-Ikhlas Sako Baru Palembang terhadap peningkatan kepuasan anggota PAK Al-Ikhlas Sako Baru Palembang. Ada tiga bentuk strategi yang digunakan dalam meningkatkan kepuasan anggota yaitu dengan memberikan pelayanan yang maksimal dan berkualitas, menjalin hubungan jangka panjang berupa pemasaran relasional dan kinerja organisasi yang perlu ditingkatkan. Ketiga strategi tersebut cukup efektif dalam meningkatkan kepuasan anggota terhadap kinerja organisasi PAK Al-Ikhlas Sako Baru Palembang.
4. Solusi untuk mengatasi hambatan yang dihadapi PAK Al-Ikhlas Sako Baru Palembang terhadap peningkatan kepuasan anggota PAK Al-Ikhlas Sako Baru Palembang. Kualitas produk/jasa yang sudah dilakukan cukup baik dan mampu memberikan beberapa manfaat yang dirasakan PAK Al-Ikhlas Sako Baru Palembang dan memberi kesan positif pada anggota terhadap kinerja organisasi PAK Al-Ikhlas Sako Baru Palembang, namun perlu ada peningkatan lagi.

## **SARAN**

Hasil pembahasan, mengenai strategi dalam meningkatkan kepuasan anggota terhadap kinerja organisasi PAK Al-Ikhlas Sako Baru Palembang, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Organisasi PAK Al-Ikhlas Sako Baru Palembang diharapkan dapat memanfaatkan sistem keluhan saran secara maksimal dengan tidak hanya menunggu adanya kritikan maupun keluhan.
2. Organisasi dalam hal ini pengurus PAK AL-Ikhlas Sako Baru Palembang hendaknya memberikan pelayanan maksimal sebagaimana kewajiban sebagai penyedia jasa, juga berperan memberikan pemahaman kepada anggota tentang penyebab belum terlaksananya keinginan dari anggota sebagai bentuk respon dari yang dikeluhkan anggota.
3. PAK Al-Ikhlas Sako Baru Palembang perlu mengadakan sosialisasi formal maupun informal seperti iklan, penyebaran spanduk, media sosial dan lain sebagainya, agar masyarakat mengetahui unit kegiatan PAK Al-Ikhlas Sako Baru Palembang maupun tujuan PAK Al-Ikhlas Sako Baru Palembang itu sendiri sehingga masyarakat tergugah untuk bergabung memanfaatkan pelayanan yang ada di organisasi PAK Al-

Ikhlas Sako Baru Palembang.

## DAFTAR PUSTAKA

- A. T, Andi Mappiare. 2017. Dasar-dasar Metodologi Riset Kualitatif Untuk Ilmu Sosial dan Profesi. Malang: Jenggala Pustaka Utama.
- Alya Khana Abirrotul Khofifa, Chandra Satria, Nova Yanti Maleha, “Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Air Minum Merek OASIS Terhadap Kepuasan Pelanggan di KM 18 Banyuasin”. *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, (2023), 2 (6): 116-126.
- Arianto. N. 2018. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung Dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor*. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 1(2): 123-134.
- Arikunto S. 2015. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta. Rineka Cipta.
- Aplikasi web - Wikipedia bahasa Indonesia, ensiklopedia bebas. (n.d.). Diambil 07 Desember 2023, dari [https://id.wikipedia.org/wiki/Agama\\_di\\_Indonesia](https://id.wikipedia.org/wiki/Agama_di_Indonesia)
- Bastian, Indara. 2011. *Akuntansi Sektor Publik di Indonesia*. Yogyakarta: BPFY-Yogyakarta.
- Bitner, M. J. dan Zeithaml, V. A., 2013, *Service Marketing* (3rd ed.), Tata McGraw Hill, New Delhi
- Devis, Keith dan Newstrom, 2017, *Perilaku Dalam Organisasi*, Edisi ketujuh, Penerbit. Erlangga, Jakarta
- Ernawati, D. 2019, Pengaruh Kualitas Produk, inovasi produk dan promositerhadap keputusan pemnelian produkHi jack sandals Bandung. *JWM (Jurnal Wawasan manajemen)*, 7(1), 17-32
- Hadari Nawawi dan Mimi Martini. 1991. *Penelitian Terapan*. Yogyakarta: Gajah Mada Press.
- Hadi, Sutrisno, 2000, *Metodologi Research*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta
- Hansemark, Ove C. and Marie Albinsson. 2004, *Customer Satisfaction and Retention: the experience of individual employess*. *Managing Service Quality Journal*.
- Hery, 2017, *Kajian Riset Akutansi*. Cetakan Pertama. PT Grasindo. Jakarta.
- Indrasari, M, 2019, *Pemasaran dan Kepuasan pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.*Metodologi Research*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta
- Irawan, H. 2018. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Nasution, Nur, *Manajemen Mutu Terpadu*. Bogor; Ghalia Indonesia, 2015.
- Nasution, Nur. 2002. *Manajemen Mutu Terpadu*, Bogor Selatan: Ghalia Indonesia.
- Mahmudi, 2015. *Manajemen Kinerja Sektor Publik*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Miles, Matthew B. and A. Michael Huberman. 2005. *Qualitative Data Analysis* (terjemahan). Jakarta: UI Press.
- Moleong, Lexy J. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

- Riadi, Muchlisin. 2020. *Pengukuran Kinerja (Pengertian, Tujuan, Syarat, Indikator, Model dan Proses)*. Diakses pada 11/20/2023, dari <https://www.kajianpustaka.com/2020/02/pengukuran-kinerja-pengertian-tujuan-syarat-model-dan-proses.html>.
- Robbins, Stephen, P. 2018. *Prilaku Organisasi, Edisike dua belas*, Selemba Empat, Jakarta.
- Rosidi, Imron. 2009. *Menulis...Siapa Takut?*. Yogyakarta: Kanisius.
- Sunuyoto, Danang & Fathonah E. S. 2015. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Yogyakarta: CAPS.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Bisnis*, Yogyakarta: Andi.
- \_\_\_\_\_. 2014. *Manajemen Jasa. Edisi Pertama*. Yogyakarta: Andi Offset
- \_\_\_\_\_. 2015. *Prinsip-Prinsip Total Quality Service (TQS)*. Yogyakarta: Andi.
- \_\_\_\_\_. 2014, *Pemasaran Jasa –Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Kotler, Philip dan Keller, K. L. 2020. *Manajemen Pemasaran: Jil. 1 / Erlangga*. Philip kotler
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2019. *Manajemen Pemasaran, Edisi ke Tigabelas Jilid 1*. Erlangga. Jakarta
- Lesmana, R. dan S, D. Ayu. 2019. Pengaruh Kualitas Produk Dan Cita Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik warda Pt Paragon Tehnology And Innovation. *Jurnal Pemasaran Kompetitif* 2(3:59-72).
- Waharjani, “*Makanan yang Halal lagi baik dan Implikasi terhadap kesalehan seseorang*”. *Jurnal Komunikasi dan Pendidikan Islam*, Vol. 4, 2015.
- Wibowo, A. E. 2019. *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen den gan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening*. *Jurnal UNIMMA*, 451-461.
- Robbins, S.P dan Judge, 2009, *Perilaku Organisasi*, Jakarta; Gramedia Pustaka Utama.
- Srimindarti, Ceacilia. 2014. *Balanced Scorecard Sebagai Alternatif Untuk Mengukur Kinerja*.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*. Bandung. Alfabeta.
- Sujarweni V. 2016. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta. Pustaka Baru Press.
- Prabowo. (1996). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Andi ofset.
- Yamin, S., Gunasekaran, A., & Mavondo, F. T. 1999. *Relationship between generic strategies, competitive advantage and organizational performance: An empirical analysis*. *Technovation*, 19(8), 507–518.
- Yuwono, Sony, et al. 2017. *Petunjuk Praktis Penyusunan Balanced Scorecard: Menuju Organisasi yang Berfokus pada Strategi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

