

**ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN DALAM BERLANGGANAN  
TV KABEL SWA TV KOTA PALU PERSPEKTIF  
EKONOMI ISLAM**



**SKRIPSI**

*Diajukan untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)  
pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu*

**Oleh:**

**MOH. IBNU QALBU**  
**NIM: 18.3.12.0169**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH (ESY)  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM (FEBI)  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) DATOKARAMA PALU  
2022**

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan penuh kesadaran, penyusun yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa skripsi ini benar adalah hasil karya penyusun sendiri. Jika dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Palu, 29 Juli 2022 M  
29 Zulhijjah 1443 H



**Moh. Ibnu Qalbu**  
**NIM. 18.3.12.0169**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang berjudul “**Analisis Kepuasan Pelanggan Dalam Berlangganan TV Kabel SWA TV Kota Palu Perspektif Ekonomi Islam**” oleh Moh. Ibnu Qalbu NIM: 18.3.12.0169 Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu, setelah dengan seksama meneliti dan mengoreksi skripsi yang bersangkutan, maka masing-masing pembimbing memandang bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat ilmiah untuk di ujiangkan.

Palu, 22 Agustus 2022 M  
24 Muharram 1444 H

**Pembimbing I**



**Nursyamsu, S.H.I., M.S.I.**  
**NIP. 19860507 201503 1 002**

**Pembimbing II**



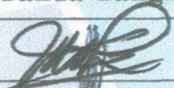
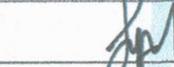
**Muhammad Syafaat, MSA.**  
**NIP. 19841006 201903 1 003**

## PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi Saudara Moh. Ibnu Qalbu NIM. 18.3.12.0169 dengan judul “**Analisis Kepuasan Pelanggan Dalam Berlangganan TV Kabel SWA TV Kota Palu Perspektif Ekonomi Islam**” yang telah diujikan dihadapan dewan penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu, pada tanggal 22 Agustus 2022 M yang bertepatan dengan tanggal 24 Muharram 1444 H dipandang bahwa skripsi tersebut telah memenuhi kriteria penulisan karya ilmiah dan dapat diterima sebagai persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Jurusan Ekonomi Syariah dengan beberapa perbaikan.

Palu, 22 Agustus 2022 M  
24 Muharram 1444 H

### DEWAN PENGUJI

Jabatan	Nama	Tanda Tangan
Ketua	Dr. Malkan, M.Ag	
Munaqisy 1	Dr. Sitti Musyahidah, M., Th,I	
Munaqisy 2	Dr. Ermawati, S.Ag., M.Ag	
Pembimbing1	Nursyamsu, S.H.I., M.S.I	
Pembimbing 2	Muhammad Syafaat, MSA	

Mengetahui :

Dekan  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Ketua  
Jurusan Ekonomi Syariah

  
**Dr. H. Hilal Malarangan, M.H.I**  
NIP. 19650505 199903 2 002

  
**Nursyamsu, S.H.I., M.S.I**  
NIP. 19860507 201503 1 002

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ. وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ

Alhamdulillah segala puji bagi Allah swt., atas segala karunianya telah melimpahkan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Strategi Pengembangan Objek Wisata Pantai Tanjung Karang Sebagai Sumber Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Donggala Perspektif Ekonomi Islam ”.Shalawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad saw, beserta segenap keluarga dan sahabatnya yang telah mewariskan berbagai macam hukum sebagai pedoman umatnya.Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Sarjana (S-1) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada Institut Agama Islam Negeri Palu.

Penulis menyadari bahwa Penulisan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah memberikan bimbingan, perhatian dan pengarahan. Oleh karena itu, penulis merasa perlu menyampaikan penghargaan kepada semua pihak dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Kedua orang tua tercinta, Ayahanda Sukirman Sanan serta Ibunda Mas’Adi, yang telah membesarkan, mendidik, mendoakan, serta membiayai sehingga penulis bisa melangkah sejauh ini, beserta keluarga yang senantiasa mendukung penulis untuk menyelesaikan studi di bangku perkuliahan
2. Bapak Prof. Dr. H. Sagaf S. Pettalongi, M.Pd selaku Rektor UIN Datokarama Palu , beserta segenap unsur Dosen dan Pegawai UIN Datokarama Palu, yang telah mendorong dan memberikan kebijakan

kepada penulis dalam berbagai hal yang berhubungan dengan studi di UIN Datokarama Palu.

3. Bapak Dr. H. Hilal Malarangan M.H.I, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Datokarama Palu, beserta segenap Dosen dan karyawan di lingkungan Fakultas ini yang memberikan fasilitas serta pelayanan akademik dan administratif yang baik selama penulis melakukan studi
4. Bapak Nursyamsu, S.H.I., M.S.I., selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah, yang senantiasa memberikan arahan dan membimbing penulis dalam menempuh perkuliahan hingga selesai sesuai harapan.
5. Bapak Nursyamsu, S.H.I., M.S.I., selaku Pembimbing I, dan Bapak Muhammad Syafaat, MSA. selaku Pembimbing II, yang dengan ikhlas dan sepenuh hati telah membimbing penulis dalam menyusun skripsi ini hingga sampai pada ujian tutup.
6. Bapak/Ibu Dosen dan seluruh Staf di UIN Datokarama Palu, yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu dan dengan ikhlas memberikan pelayanan selama penulis mengikuti rutinitas akademik.
7. Terimakasih kepada ibunda Hj. Djani yang selalu memberikan bantuan, motivasi, doa dan semangat begitu tinggi pada penulis.
8. Terimakasih kepada Almarhumah nenek saya Rahiya binti Mahmuda yang wafat disaat penulis menulis skripisi ini, yang membesarkan, menyayangi, merawat dan mendidik penulis.
9. Terimakasih kepada Almarhum paman saya Nasar Lampo suami dari Ibunda Hj. Djani yang wafat disaat penulis menulis skripisi ini, yang membesarkan, menyayangi, merawat penulis.

10. Terimakasih kepada keluarga paman saya Bapak Kustam dan Hj. Maspah Yahi yang selalu memberikan bantuan, motivasi, doa dan semangat begitu tinggi pada penulis.
11. Terimakasih kepada keluarga Bapak Rafon dan Ibu Dita Kurnia yang selalu memberikan bantuan, motivasi, doa dan semangat begitu tinggi pada penulis.
12. Terimakasih kepada saudara sepupu saya Endang, Mey Silvana, Lusiana, Fikriansyah, Deno Rianto dan yang tidak bisa saya sebutkan namanya satu-persatu yang selalu memberikan bantuan, motivasi, doa dan semangat begitu tinggi pada penulis.
13. Terimakasih kepada keluarga besar Mjamaly dan Keluarga besar Sanan yang selalu memberikan bantuan, motivasi, doa dan semangat begitu tinggi pada penulis
14. Terimakasih kepada teman-teman seperjuangan jurusan Ekonomi Syariah khususnya kelas Ekonomi Syariah 5 angkatan 2018 yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu yang selalu memberikan doa dan semangat begitu tinggi pada penulis
15. Para pelanggan SWA TV yang bersedia menjadi informan penelitian dan telah menyempatkan diri ditengah kesibukan untuk membantu penulis dalam penelitian ini. Semoga diberikan rezeki yang berkah.
16. Terimakasih kepada teman tongkrongan kos yang tidak bisa saya sebutkan namanya satu-persatu yang selalu memberikan bantuan, motivasi, doa dan semangat begitu tinggi pada penulis
17. Terimakasih kepada semua saudara-saudara dan teman-temanku yang tidak bisa saya sebutkan namanya satu-persatu yang selalu memberikan bantuan, motivasi, doa dan semangat begitu tinggi pada penulis

Akhirnya kepada semua pihak yang namanya tidak sempat termuat dalam pengantar ini dan penulis mohon maaf serta terimakasih atas bantuan, motivasi dan kerjasamanya.

Palu, 29 Juli 2022 M  
29 Zulhijjah 1443 H

Penulis

**Moh. Ibnu Qalbu**  
**NIM. 18.3.12.0169**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	4
D. Garis-Garis Besar Isi .....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Penelitian Terdahulu.....	7
B. Kajian Teori.....	8
1. Kepuasan .....	8
2. Pelanggan.....	10
3. TV Kabel .....	17
4. Kualitas Layanan .....	21
5. Perspektif Ekonomi Islam .....	24
C. Kerangka Berpikir .....	33
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis Penelitian .....	35
B. Lokasi Penelitian.....	35
C. Kehadiran Peneliti.....	35
D. Data dan Sumber Data.....	36
E. Teknik Pengumpulan Data.....	37
F. Teknik Analisis Data .....	38
G. Pengecekan Pengumpulan Data .....	38

<b>BAB IV</b>	<b>METODE PENELITIAN</b>	
	A. Gambaran Lokasi Penelitian .....	42
	B. Strategi SWA TV dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan .....	46
	C. Tingkat Kepuasan Pelanggan Perspektif Ekonomi Islam .....	56
<b>BAB V</b>	<b>METODE PENELITIAN</b>	
	A. Kesimpulan.....	60
	B. Saran.....	60

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN – LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 4.1</b>	: Siaran Tv .....	44
------------------	-------------------	----

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 2.1</b>	: Kerangka Pemikiran.....	34
<b>Gambar 4.1</b>	: Visi Misi.....	40
<b>Gambar 4.2</b>	: Kualitas Siaran TV.....	49
<b>Gambar 4.3</b>	: Siaran SW TV .....	51

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran I** : Pedoman Wawancara
- Lampiran II** : Surat Izin Penelitian
- Lampiran III** : SK Penunjukan Pembimbing Skripsi
- Lampiran IV** : Lembar Pengajuan Judul
- Lampiran V** : Dokumentasi Penelitian
- Lampiran VI** : Surat Balasan Penelitian
- Lampiran VII** : Daftar Riwayat Hidup

## ABSTRAK

**Nama Penulis** : Moh Ibnu Qalbu  
**NIM** : 18.3.12.0169  
**Judul Skripsi** : Analisis Kepuasan Pelanggan Dalam Berlangganan TV Kabel SWA TV Kota Palu Perspektif Ekonomi Islam

---

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang dimiliki oleh seseorang berdasarkan perbandingan antara kenyataan yang diperoleh dengan harapan yang dimiliki oleh seorang pelanggan. TV Kabel SWA TV adalah salah satu TV kabel yang berada di kota Palu, berdiri sejak tahun 2004 hingga saat ini dan sudah melayani begitu banyak pelanggan di kota Palu.

Berdasarkan hal tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti lebih jauh tentang tingkat kepuasan pelanggan terhadap TV kabel SWA TV kota Palu. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan oleh TV kabel SWA TV kota Palu. Penelitian ini tergolong penelitian lapangan (field research) yang bersifat kualitatif deskriptif. Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan sekunder. Di mana sumber data primer diperoleh dari hasil wawancara kepada pengelola TV kabel SWA TV dan Pelanggan. Adapun sumber data sekunder diperoleh dari dokumentasi, pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode wawancara dan dokumentasi.

Hasil penelitian yang di peroleh dapat disimpulkan bahwa para konsumen sudah merasa puas terhadap layanan yang diberikan oleh TV kabel SWA TV kota Palu.

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### ***A. Latar Belakang Masalah***

Hiburan merupakan salah satu cara untuk melepas kejenuhan ataupun stres setelah beraktivitas seharian. Kebutuhan yang menyangkut pemenuhan rohaniah ini sangat berdampak terhadap tindakan yang dilakukan seseorang. Salah satu cara untuk memperoleh hiburan adalah dengan menonton. TV merupakan salah satu media yang berperan penting dalam penyebaran informasi dan hiburan kepada masyarakat. Kebutuhan masyarakat terhadap informasi maupun hiburan semakin meningkat, tidak hanya dari golongan menengah keatas, tetapi juga masyarakat menengah kebawah. Secara langsung maupun tidak langsung TV dapat mempengaruhi persepsi maupun perilaku seseorang. Namun, pelayanan TV nasional masih dianggap kurang dan minim dalam memberikan informasi dan hiburan seperti acara yang meliputi acara pengetahuan, anak-anak dan lain sebagainya yang ditayangkan dalam siaran TV nasional menyebabkan munculnya TV berlangganan (Pay TV) yang menyediakan berbagai acara dan siaran dalam skala internasional.

Semakin banyak permintaan terhadap layanan TV berlangganan menyebabkan semakin banyak layanan TV berlangganan yang dikenal sebagai TV kabel bermunculan seperti Indovision, Transvision, Big TV, Oke Vision, Top TV dan lain-lain, sehingga perusahaan berlomba-lomba sebisa mungkin untuk dapat bersaing dengan kompetitor. Perusahaan atau produsen dituntut untuk memberikan sesuatu yang lebih terhadap produk-produknya kepada para pelanggan agar pelanggan mendapatkan rasa puas dan tertarik untuk menggunakan produknya.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> David Sepang, *Difersifikasi Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Transvision Manado. Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi, Volume 16. No 1, 2016, hal. 246.*

Saat ini perkembangan industri media semakin pesat apabila dibandingkan dengan kondisi beberapa tahun lalu. Hal tersebut disebabkan adanya keterbukaan informasi dengan teknologi yang semakin moderen. Saat ini TV kabel menjadi alternatif pilihan konvergensi teknologi dan konvergensi media. TV kabel menjadi identik dengan TV berlangganan karena penggunaan kabel untuk saluran televisi dalam mengatasi kendala sinyal dan menjadi populer di Amerika Serikat tahun 1948. Sistem penyiaran kabel pada awalnya diteliti dengan konsep TV berlangganan oleh Zenith melalui Phonevision (mdr 0815) pada 1940-an.<sup>2</sup> Jadi TV kabel sangat berbeda dari televisi pada umumnya yang menggunakan gelombang radia sebagai frekuensi sinyalnya.

Kini hadir SWA TV sebagai TV kabel di kota Palu dengan ragam tontonan yang berkelas dan berkualitas bagi semua pelanggan dengan kualitas gambar super tajam. SWA TV memberikan layanan TV kabel kepada para pelanggan dengan 50 siaran yang bisa dinikmati oleh para pelanggan yang tidak dimiliki oleh TV pada umumnya.

TV kabel dengan nama lain *Cable TV Operation* (CTO) mengalami pertumbuhan yang cukup pesat selama beberapa tahun terakhir (ICTA 2016). Menurut data Subdit Layanan Televisi Direktorat Penyiaran Jendral Penyelenggaraan Pos dan Informatika Kemkominfo hingga Agustus 2016 tercatat 369 perusahaan TV kabel yang telah memiliki Izin Penyelenggaraan Penyiaran (IPP).<sup>3</sup>

Dalam kondisi persaingan yang ketat tersebut, hal utama yang harus diprioritaskan oleh perusahaan adalah kepuasan pelanggan agar dapat bertahan,

---

<sup>2</sup>Andi Fachruddin *Journalism today* (Cat.1; Jakarta: Kencana 2019), 351.

<sup>3</sup>M. Kadafi Amru, Heny K Daryanto dan Bunasor *Sanim "Strategi Peningkatan Daya Saing TV Kabel Lokal (Studi Kasus PT DKM)"* Jurnal Manajemen IKM, Vol. 13, No 1, 2018, 88.

bersaing dan menguasai pasar. Perusahaan harus tahu hal-hal apa saja yang dianggap penting oleh para pelanggan dan perusahaan berusaha untuk menghasilkan kinerja (Performance) sebaik mungkin sehingga dapat memuaskan pelanggan. Itulah sebabnya perlu dilakukan "*importance performance analysis*".<sup>4</sup> Selama lima tahun terakhir sejak 2016 sampai 2021 pelanggan SWA TV mengalami kenaikan sekitar 30%-50% pelanggan, akhir tahun 2018 di sebabkan musibah gempa bumi, tsunami dan lain sebagainya sehingga mengakibatkan jaringan rusak dan rumah-rumah para pelanggan banyak yang hancur maka jumlah pelanggan mengalami penurunan. Selanjutnya pada awal tahun 2020 tepatnya bulan maret pandemic Covid-19 melanda Indonesia dan khususnya kota Palu sehingga SWA TV mengalami penurunan pelanggan di karenakan banyak pelanggan yang meminta berhenti berlangganan disebabkan usahanya macet.<sup>5</sup>

SWA TV juga menghadapi persaingan dengan perusahaan telekomunikasi dan TV kabel lainnya. karena Telkom menawarkan indihome dan paket wifi. Namun, jika ingin berlangganan siaran lain selain siaran pada umumnya maka akan dikenakan biaya tambahan.

TV kabel lain seperti PMN TV juga memberikan layanan menawarkan resiver di setiap rumah para pelanggan, namun tarif perbulan yang dikenakan terbilang relatif mahal. TV kabel Merpativision memberikan tarif pelayanan yang relatif murah perbulannya tetapi siaran yang ditawarkan itu terbatas dan jaringannya belum mencakup daerah yang luas. Kondisi tersebut menimbulkan persaingan antara SWA TV dengan telkom dan TV kabel lainnya di kota Palu. SWA TV menawarkan layanan siaran yang lebih banyak dan tarif yang terjangkau.<sup>6</sup> Menurut Daryanto,

---

<sup>4</sup>Supranto, "*Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikan Pangsa Pasar*", (Jakarta: Rineka Cipta, 2011), 223.

<sup>5</sup>Rafon, Pengelola SWA TV, Wawancara dilakukan penuli pada 09-11-21

<sup>6</sup>Rafon, Pengelola SWA TV, Wawancara dilakukan penuli pada 09-11-21

faktor-faktor pendorong kepuasan pelanggan adalah faktor kualitas produk dan harga.<sup>7</sup> Maka setiap perusahaan harus memberikan pelayanan yang terbaik agar pelanggan tetap bertahan.

Pelayanan merupakan rasa yang menyenangkan yang diberikan kepada orang lain disertai keramahan dan kemudahan dalam memenuhi kebutuhan mereka. Pelayanan diberikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah.<sup>8</sup> Namun, pada kenyataannya SWA TV juga sering menerima keluhan dari pelanggan, berdasarkan observasi yang penulis lakukan menemukan bahwa keluhan seperti masalah jaringan yang sering hilang ketika listrik padam, keluhan siaran yang tidak sesuai serta kendala cuaca yang sering mempengaruhi kualitas gambar TV kabel bisa mempengaruhi kepuasan pelanggan. Berdasarkan fenomena tersebut yang penulis uraikan di atas maka penulis ingin meneliti tentang “ **KEPUASAN PELANGGAN DALAM BERLANGGANAN TV KABEL SWA TV KOTA PALU PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**”

### ***B. Rumusan Masalah***

Berdasarkan latar belakang masalah, maka rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana kepuasan pelanggan terhadap pelayanan TV kabel SWA TV perspektif ekonomi Islam?

### ***C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian***

#### **1. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan yang dikemukakan maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

---

<sup>7</sup>Daryanto dan Ismanto Setyabudi, *Konsumen dan Pelayanan Prima* ( Yogyakarta: Gava Media,2014), 52-54.

<sup>8</sup> Nurdin Nurdin, et al.,” *Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu)* Jurnal ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah Vol. 2 No 1 Tahun 2020, 87-104

Untuk mengetahui kepuasan pelanggan terhadap pelayanan TV kabel SWA TV perspektif ekonomi Islam.

## **2. Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Manfaat teoritisnya adalah untuk menambahkan pengetahuan khususnya dalam analisis tingkat kepuasan pelanggan dalam berlangganan TV kabel SWA TV kota Palu dalam perspektif Islam.

b. Manfaat Praktis:

1) Bagi Akademisi

Memberikan sumbangan karya ilmiah untuk mendukung pelaksanaan program keilmuan bagi perpustakaan UIN Datokarama Palu.

2) Bagi Pihak Instansi

Diharapkan dapat memberikan kontribusi agar pihak SWA TV Palu dapat mengetahui kelebihan, kelemahan dan meningkatkan kualitas pelayanan dan kinerjanya yang terbaik agar dapat mempertahankan pelanggan yang sudah ada memperoleh pelanggan baru.

## ***D. Garis-Garis Besar Isi***

Untuk mempermudah bagi pembaca tentang pembahasan dalam skripsi ini, maka penulis merincikan garis-garis besar sebagai berikut:

### **BAB I Pendahuluan**

Bab ini menguraikan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian dan garis-garis besar.

### **BAB II Kajian Pustaka**

Bab ini menguraikan dan menjelaskan tentang penelitian terdahulu, pengertian kepuasan, kepuasan pelanggan, TV kabel dan kualitas layanan.

### **BAB III Metode Penelitian**

Bab ini menguraikan dan menjelaskan tentang jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data dan pengecekan keabsahan data.

BAB IV berisi hasil penelitian yang meliputi gambaran umum lokasi penelitian, seperti sejarah sekolah, visi misi serta pembahasan hasil penelitian.

BAB V berisi penutup yang berisi kesimpulan dan implikasi penelitian

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### *A. Penelitian Terdahulu*

Penelitian terdahulu adalah penelitian yang bisa dijadikan rujukan untuk penelitian sekarang. Penelitian tersebut dapat dijadikan referensi sebagai perbandingan antara penelitian yang sekarang dengan sebelumnya. Dalam penelitian ini dengan judul.

Amrullah meneliti tentang “ Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan PT. Tepian Multimedia Samarinda” pada penelitian ini menggunakan indeks kepuasan pelanggan (Customer Satisfaction Index- CSI). Hasil dari penelitian ini menunjukkan indeks kepuasan (Customer Satisfaction Indeks-CSI) sebesar 75,17% atau berada pada rentang nilai CSI 66%-80% pelanggan PT. Tepian Multimedia Samarinda secara keseluruhan berada dalam kategori puas, dikarenakan keramahan dan kerapian area pelayanan, kualitas siaran TV yang tidak terganggu oleh cuaca buruk, dan kesediaan karyawan memberikan perhatian khusus terhadap permasalahan yang di hadapi pelanggan sehingga pelanggan merasakan kepuasan.<sup>1</sup> Perbedaan Penelitian adalah: tempat penelitian, waktu dan penelitian ini menggunakan penelitian lapangan (*field research*).

Mardiana dan Rubiyanti meneliti tentang “ Analisis Kepuasan Pelanggan Berdasarkan Dimensi Metode Importance Performance Analysis ( Studi Pada Indihome Witel Bandung).pada penelitian ini menggunakan kuesioner dan menggunakan analisis Gap untuk mengetahui kepuasan pelanggan diolah kembali

---

<sup>1</sup>HafizhAmrullah, “Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan PT Tepian Multimedia Samarinda”, *Jurnal Administrasi Bisnis, Vol.5, No.03*, (Samarinda:UniversitasMulawarman, 2018)

menggunakan Important Performance Analysis (IPA). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa seluruh atribut atau dimensi memiliki kesenjangan antara persepsi pelanggan terhadap kinerja Indihome, hal ini menunjukkan bahwa kinerja Indihome masih belum memenuhi harapan pelanggan.<sup>2</sup> Adapun perbedaan penelitiannya adalah perbedaan pengelolaan analisis pengelolaan data yang mana penelitian ini bersifat kualitatif.

Armanto meneliti tentang "Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome *Triple Play*". Penelitian ini menggunakan metode non probability sampling dan pengumpulan data menggunakan kuesioner adapun teknik yang digunakan adalah purposive sampling. Berdasarkan hasil analisis ditemukan bahwa dimensi kualitas layanan yang meliputi bukti fisik, keandalan, daya tanggap jaminan, empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.<sup>3</sup> Adapun perbedaan penelitian, penelitian diatas berfokus pada dimensi kualitas layanan. Sedangkan penelitian ini berfokus pada tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan.

## ***B. Kajian Teori***

### **1. Kepuasan**

Kata kepuasan (*satisfaction*) bersal dari bahasa latin "*satis*", (artinya cukup, baik, memadai) dan "*facio*" (melakukan atau membuat). Kepuasan diartikan sebagai "upaya pemenuhan sesuatu" atau "membuat sesuatu memadai".<sup>4</sup>

---

<sup>2</sup>Irma Mardiana dan R. Nurafni Rubiyani " *Analisis Kepuasan Pelanggan Berdasarkan Dimensi Metode Importance Performance Analysis ( Studi Pada Indihome Witel Bandung)*" Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship, Vol. 11, No 1. April 2017, 47-58.

<sup>3</sup>Ichsan Dwi Armanto " *Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome Triple Play*" Jurnal Manajemen Unud, Vol. 7, No. 3, 2018, 1282-1309.

<sup>4</sup>Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Service, Quality, dan Satisfaction* (Yogyakarta: Andi, 2016), 205.

Kepuasan adalah keadaan emosional seseorang baik kebahagiaan atau kesedihan. Kebahagiaan karena mereka mendapatkan sesuatu dari upaya maksimal yang telah mereka kerjakan begitu juga sebaliknya.

Menurut Sudaryono, kepuasan adalah respon pemenuhan dari konsumen. Kepuasan adalah hasil dari penilaian konsumen bahwa produk atau jasa pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan dimana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang.<sup>5</sup> Sedangkan Menurut Oiver, kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakannya dengan harapan.<sup>6</sup> Menurut Rambat Lopyadi mengemukakan bahwa kepuasan adalah tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk (jasa) yang diterima dan diharapkan.<sup>7</sup>

Menurut Irawan dalam konteks teori costumer behavior, kepuasan lebih banyak didefinisikan dari perspektif penilaian pelanggan setelah mengonsumsi atau menggunakan suatu produk jasa. Sebagai mana yang disebutkan oleh Ricahrd Oliver kepuasan adalah respon dari pemenuhan dari pelanggan bahwa produk atau pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan dimanatingkat pemenuhan ini bisa atau kurang.<sup>8</sup>

---

<sup>5</sup> Sudaryono, *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi* (,Edisi. 1; Yogyakarta: Andi Offset, 2016), 78.

<sup>6</sup> Daryanto dan Ismanto Setyabudi, *Konsumen dan Pelauyanan Prima* ( Yogyakarta: Gava Media, 2014), 37.

<sup>7</sup> Rambat Lopyadi, *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktik* (Jakarta: PT. Salemba Emban Patria, 2001)

<sup>8</sup>Ade Irma Suryani *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada PT. Asuransi Takaful Umum Cabang Pekanbaru*, (Skripsi: Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2012), 22

## 2. Pelanggan

Menurut UU Republik Indonesia No. 8 Tahun 1999 pasal 1 ayat 2 tentang perlindungan konsumen, konsumen adalah setiap orang pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.<sup>9</sup>

Menurut Kamus Besar Indonesia (KBBI) konsumen adalah pemakai barang atau jasa.<sup>10</sup> Konsumen adalah pemakai barang hasil produksi atau industri.<sup>11</sup>

Menurut Daryanto, pelanggan adalah orang-orang yang kegiatannya membeli dan menggunakan suatu produk, baik barang maupun jasa, secara menerus. Pelanggan atau pemakai suatu produk adalah orang-orang yang berhubungan secara langsung maupun tidak langsung dengan perusahaan- perusahaan bisnis.<sup>12</sup>

Dilihat dari segi perbaikan kualitas, definisi pelanggan adalah setiap orang yang menuntut pemberian jasa (perusahaan) untuk memenuhi suatu standar kualitas pelayanan tertentu, sehingga dapat memberi pengaruh pada performansi (performance) pemberi jasa (perusahaan) tersebut. Dengan kata lain, pelanggan adalah orang-orang atau pembeli yang tidak tergantung pada suatu produk, tetapi produk yang tergantung pada orang tersebut. Oleh karena pelanggan ini pembeli atau pengguna suatu produk maka harus diberi kepuasan.<sup>13</sup>

---

<sup>9</sup> Undang-undang Republik Indonesia Tentang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999 pasal 1 ayat 2

<sup>10</sup> Depdikbud, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 1990), 348

<sup>11</sup> Depdikbut, *Kamus Pelajar* ( Jakarta: Balai Pustaka, 1986), 237

<sup>12</sup> Daryanto dan Ismanto Setyabudi, *Konsumen dan Pelayanan Prima*(Yogyakarta: Gava Media, 2014). 49.

<sup>13</sup>Ibid 50.

Konsumen atau Pelanggan merupakan faktor yang menentukan terhadap perhubungan suatu perusahaan sehingga dapat dikatakan bahwa salah satu keberhasilan perusahaan adalah apabila perusahaan itu dapat memberikan pelayanan yang terbaik terhadap pelanggan sehingga pelanggan merasa puas.<sup>14</sup>

Secara garis besarnya terdapat tiga jenis pelanggan, yaitu pelanggan internal, pelanggan perantara, dan pelanggan eksternal.

a. Pelanggan internal

Pelanggan internal (*internal customer*), adalah orang-orang atau pengguna produk yang berada di dalam perusahaan dan memiliki pengaruh terhadap maju mundurnya perusahaan.

b. Pelanggan Perantara

Pelanggan perantara (*intermediate customer*) adalah setiap orang yang berperan sebagai perantara produk, bukan sebagai pemakai komponen distributor, seperti agen koran yang memasarkan koran, atau toko-toko buku merupakan contoh pelanggan perantara.

c. Pelanggan Eksternal

Pelanggan eksternal (*external customer*), adalah setiap orang atau kelompok orang pengguna suatu produk (*barang/jasa*) yang dihasilkan oleh perusahaan bisnis. Pelanggan eksternal inilah yang berperan sebagai pelanggan nyata atau pelanggan akhir.

Menurut Mowen Minor, kepuasan konsumen didefinisikan sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang dan jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya. Menurut Brown, kepuasan konsumen adalah

---

<sup>14</sup> Sutisna, *Prilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran Swasta* (2001).99

suatu kondisi di mana kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen terhadap sebuah produk dan jasa, sesuai atau terpenuhi dengan penampilan dari produk dan jasa. Konsumen yang puas akan mengkonsumsi produk tersebut secara terus-menerus, mendorong konsumen untuk loyal terhadap produk atau jasa tersebut dan dengan senang hati mempromosikan produk dan jasa tersebut kepada orang lain dari mulut ke mulut.<sup>15</sup>

Adapun menurut Wells dan Pransky kepuasan atau ketidakpuasan konsumen merupakan sikap konsumen terhadap suatu produk dan jasa sebagai hasil dari evaluasi konsumen berdasarkan pengalaman konsumen setelah menggunakan sebuah produk dan jasa. Konsumen akan merasa puas jika layanan yang diberikan dari produk dan jasa menyenangkan hati para konsumen, demikian pula sebaliknya.<sup>16</sup>

Menurut Danang Sunyoto kepuasan konsumen adalah tingkat kepuasan seseorang setelah membandingkan ( kinerja/ hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Tingkat kepuasan konsumen adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dan harapan. Konsumen bisa memahami salah satu dari tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja dibawah harapan, konsumen akan kecewa, tetapi kinerja sesuai harapan konsumen akan merasa puas dan apabila kinerja melebihi harapan konsumen akan merasa sangat puas, senang dan gembira.<sup>17</sup> Menurut Engel kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabel dimana alternatif yang di pilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (outcome) sama atau melampaui

---

<sup>15</sup>Sudaryono, *Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi*, ( Edisi 1; Yogyakarta : Andi Offset, 2016),79

<sup>16</sup> Vinna Sri Yunarti , *Prilaku Konsumen teori dan Prakti*, (Cetakan 1; Bandung: CV. Pustaka Setia, 2015), 233

<sup>17</sup> Danang Sunyoto, *Teori Kuesioner dan Analisis Data Untuk Pemasaran dan Prilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), 35.

harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan.<sup>18</sup>

Dari devinisi diatas kepuasan konsemen adalah rasa nyaman yang dirasakan saat menggunakan produk atau jasa berdasarkan pelayanan dan kualitas yang diberikan oleh suatu perusahaan.

Faktor- faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen:

a. Kualitas Produk

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

b. Kualitas Pelayanan

Terutama untuk industri jasa pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.

c. Emosional

Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.

d. Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang tinggi kepada pelanggannya.

e. Biaya

Pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap jasa itu.<sup>19</sup>

---

<sup>18</sup> M.Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2012), 193.

Pengukuran terhadap kepuasan konsumen merupakan hal yang sangat penting bagi setiap usaha hal ini dikarenakan langkah tersebut dapat memberi umpan balik dan masukan bagi keperluan pengembangan dan implementasi strategi peningkatan kepuasan konsumen. Pada prinsipnya kepuasan konsumen dapat diukur dengan berbagai metode, salah satunya metode menurut Kotler perusahaan dapat menggunakan metode-metode sebagai berikut:<sup>20</sup>

a. Sistem Keluhan dan saran (Complaint and suggestion system)

Organisasi yang berwawasan pelanggan akan memudahkan pelanggannya memberikan saran dan keluhan. Seperti, kotak saran dan nomor telepon untuk bertindak cepat guna menyelesaikan masalah yang terjadi.

b. Survei Kepuasan Konsumen (Customer satisfaction surveys)

Perusahaan yang responsif mengukur kepuasan konsumen dengan menggunakan survei berkala. Perusahaan mengirimkan daftar pertanyaan atau menelpon sekelompok sampel acak dari pembeli terbaru mereka untuk mengetahui penilaian mereka terhadap berbagai aspek kinerja perusahaan misalnya, menanyakan puas atau tidak puas, harapan pelanggan tentang suatu atribut, masalah-masalah yang dihadapi pelanggan dan saran dari pelanggan untuk perbaikan kinerja perusahaan.

c. Pembeli bayangan (*ghost shopping*)

Cara ini untuk mendapatkan gambaran tentang kepuasan pelanggan dan melaporkan hal-hal yang positif (kelebihan) maupun hal-hal yang negatif (kekurangan) yang mereka alami waktu membeli produk perusahaan dan produk pesaing. Pembeli bayangan (*ghost shopping*) ini dapat juga berpura-pura membuat

---

<sup>19</sup>Rambat Lopiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*, (Jakarta: Salenba Empat, 2001), 158.

<sup>20</sup>Fandy Djiptono, *Prinsip-Prinsip Total Quality* (Edisi V: Yogyakarta: ANDI 2001), 34-35

masalah tertentu untuk menguji apakah karyawan atau perusahaan dapat menangani masalah tersebut dengan baik atau tidak.

d. Analisis kehilangan pelanggan (*lost customer analysis*)

Perusahaan harus menghubungi para pelanggan yang sudah tidak membeli lagi atau yang telah ganti pemasok untuk mengetahui penyebabnya.

Menurut Fandy Tjiptono mengatakan bahwa metode yang paling banyak digunakan dalam pengukuran kepuasan konsumen adalah metode bertanya. Metode bertanya kepuasan konsumen dapat menggunakan teknik pengukuran sebagai berikut:<sup>21</sup>

- a. Pengukuran dapat dilakukan secara langsung dengan pertanyaan seperti ”ungkapan seberapa puas saudara terhadap pelayanan PT A skala berikut : sangat tidak puas, tidak puas, netral, puas, sangat puas.
- b. Responden diberi pertanyaan seberapa besar mereka mengharapkan suatu atribut tertentu dan seberapa besar yang mereka rasakan.
- c. Responden diminta untuk menuliskan masalah masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan dan juga diminta untuk menuliskan perbaikan-perbaikan yang mereka sarankan.
- d. Responden dapat meminta untuk merenking beberapa elemen atribut dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen dan seberapa baik kinerja perusahaan masing-masing elemen.

Menurut Handi Irawan, ada tiga faktor yang mendorong perusahaan untuk melakukan pengukuran kepuasan pelanggan. *Pertama*, tingkat persaingan yang semakin meningkat. *Kedua*, semakin besarnya investasi. *Ketiga*, harapan pelanggan

---

<sup>21</sup>Ibid 35-36

yang berubah dari waktu ke waktu.<sup>22</sup>

Adanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya:<sup>23</sup>

- a. Hubungan antara perusahaan dan para pelanggannya menjadi harmonis
- b. Dapat mendorong terciptanya loyalitas pelanggan
- c. Membentuk suatu rekomendasi dari mulut-ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan
- d. Reputasi perusahaan menjadi baik dimata pelanggan
- e. Laba yang diperoleh dapat meningkat

Kepuasan mencerminkan penilaian seseorang tentang kinerja produk maupun jasa anggapnya, atau hasil dan kaitannya dengan ekspektasi. Kepuasan konsumen maupun nasabah akan tercapai jika persepsi *fundamental* konsumen atau nasabah terhadap kinerja produk maupun jasa sama dengan kinerja produk yang diharapkan.

Salah satu kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah dengan kepuasan pelanggan. Pelanggan yang sangat puas biasanya tetap setia dalam jangka waktu lama, membeli lagi ketika perusahaan memperkenalkan produk baru dan memperbaharui produk lama, membicarakan hal-hal baik tentang perusahaan kepada orang lain, tidak terlalu memperhatikan merek pesaing dan tidak terlalu *sensitive* terhadap harga, menawarkan ide produk jasa kepada perusahaan, dan biaya pelanggan lebih mudah di bandingkan pelanggan baru karena transaksi dapat menjadi lebih rutin.<sup>24</sup>

---

<sup>22</sup>Fathul Aminudin Aziz, *Manajemen dalam Perspektif Islam* (Cilacap: Pustaka El Bayan, 2012), 146-149.

<sup>23</sup>Fandy Tjiptono, dan Anastasia Diana, *Total Quality Management* (Yogyakarta: Offse, 2000), 102

<sup>24</sup>Pengaruh Pelayanan *Mobile Benking* Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN PALU), *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah* vol. 2 No.1 Tahun 2020, 93

### 3. TV Kabel

TV kabel (cable television) juga di kenal sebagai TV berlangganan atau TV berbayar. Untuk bisa menikmati tayangan dari TV kabel, pengguna harus berlangganan sehingga dikenakan biaya perbulannya. Ditinjau dari devinisinya, TV kabel merupakan sistem penyiaran acara televisi melalui sinyal frekuensi radio yang ditransmisikan via serat optik atau kabel coaxial. Dari devinisi tersebut jelas bahwa TV kabel berbeda dengan TV pada umumnya yang disiarkan melalui udara dan harus ditangkap menggunakan antena.<sup>25</sup>

#### a. Media Penyiaran

Penyiaran atau dalam bahasa Inggris di kenal sebagai broadcasting adalah keseluruhan proses penyampaian siaran yang dimulai dari penyiapan materi produksi, proses produksi, penyiapan bahan siaran, kemudian pemancaran sampai kepada penerimaan siaran tersebut oleh pendengar atau pemirsa disuatu tempat.

Berbeda dengan pemancaran sendiri berarti proses transmisi siaran baik melalui media udara maupun media kabel koaksial atau saluran fisik yang lain. Sebagaimana artinya penyiaran, bersifat tersebar keseluruh arah atau yang dikenal sebagai omnidirectional. Dari devinisi sifat penyiaran ini bisa diketahui bahwa semua sistem penyiaran yang alat penerima siarannya harus dilengkapi dengan satu unit decoder yang kurang sejalan dengan devinisi broadcasting. Oleh karena itu, pada nama sistemnya harus ditambahkan kata terbatas, sehingga menjadi sistem penyiaran terbatas.<sup>26</sup> Penyiaran terbatas yaitu hanya untuk para pelanggan yang

---

<sup>25</sup>Jubilee Enterprise. *Rahasia Menjadi Jago Download*. (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2010.)

<sup>26</sup>Hadijanto Djamil dan Andi Fachrudin, *Dasar Dasar Penyiaran*, (Jakarta: Kencana, 2013), 43.

berlangganan dan system penyiaran terbatas ini pernah dilakukan oleh salah satu stasiun TV swasta di Jakarta saat awal siarannya pada tahun 1980-an, yaitu harus menggunakan unit decoder yang terkontrol oleh stasiun bersangkutan, sehingga pemirsanya harus berlangganan.

Penyiaran merupakan sesuatu yang menarik perhatian bagi masyarakat, tak hanya dapat dinikmati sebagai tontonan atau di dengarkan, penyiaran juga merupakan lahan bisnis yang bisa mencapai keuntungan yang menggiurkan jika program yang disiarkan dinikmati oleh orang banyak. Aktivitas penyiaran bukan hanya terfokus pada kegiatan ekonomi dan hiburan akan tetapi memiliki peran penting sebagai media komunikasi.

Adapun syarat-syarat penyiaran bisa disebut sebagai penyiaran adalah sebagai berikut:

- 1) Harus tersedia spectrum frekuensi radio
- 2) Harus ada sarana pemancaran/ transmisi
- 3) Harus adanya siaran (program atau acara)
- 4) Harus adanya perangkat penerima siaran (receiver)
- 5) Harus dapat diterima secara serentak/ bersamaan.<sup>27</sup>

b. Televisi sebagai media penyiaran

Televisi sendiri berasal dari kata “tele” yang berarti jauh dan ”visi yang berarti penglihatan. Sedangkan secara lebih jauhnya, televise siaran merupakan media dari jaringan dengan ciri-ciri yang dimiliki komunikasi massa, yaitu satu arah.<sup>28</sup> Televisi merupakan media komunikasi yang menyediakan berbagai informasi yang update,

---

<sup>27</sup>Marison, *Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio dan Televisi* (Tangerang: Ramdina Prakarsa, 2005), 28.

<sup>28</sup>Asep Kusnawan, et al., eds., *Komunikasi Penyiaran Islam*, (Bandung: Benang Merah Perss, 2004), 74.

hiburan, olahraga dan lain-lain yang disebarkan kepada khalayak umum.

#### c. Hukum Penyiaran

Dalam undang undang penyiaran Nomor 32 tahun 2003 dijelaskan dasar, asas fungsi dan arah penyiaran. Pasal 2 menyebutkan bahwa penyiaran diselenggarakan berdasarkan Pancasila dan undang undang Dasar Negara Republik Indonesia tahun 1945 dengan asas manfaat, adil dan merata, kepastian hukum, keamanan, kemitraan, etika, kemandirian, kebebasan dan tanggung jawab.<sup>29</sup>

Mengenai tujuan penyiaran pasal 3 Undang- undang itu menyatakan bahwa penyiaran bertujuan untuk memperkuat integrasi nasional, terbinannya watak dan jati diri bangsa yang beriman dan bertaqwa, mencerdaskan kehidupan bangsa, memajukan kesejahteraan umum, dalam rangka membangun masyarakat yang mandiri, demokrasi, adil dan sejahtera, serta menumbuhkan industry penyiaran Indonesia.

Dalam pasal 4 disebutkan penyiaran sebagai kegiatan komunikasi massa mempunyai fungsi sebagai media informasi, pendidikan, hiburan yang sehat, control dan perekat sosial. Dalam menjalankan fungsi sebagaimana yang dimaksud dalam ayat 1, penyiaran juga mempunyai fungsi ekonomi dan kebudayaan.<sup>30</sup>

#### d. TV Kabel Usaha Jasa

Menurut Kotler, Jasa adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat tangible ( tidak berwujud fisik ) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Produksi jasa bisa berhubungan dengan produk fisik maupun tidak.<sup>31</sup>

---

<sup>29</sup> Undang- undang Penyiaran 2002, (Jakarta: Sinar Grafika, 2006), 5.

<sup>30</sup>Ibid, 6.

<sup>31</sup> Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, (edisi. IV; Yogyakarta: Andi Offset, 2006), 6.

Ada empat karakteristik produk pada jasa yang membedakannya dengan barang. Keempat karakteristik tersebut meliputi:

1) Intangible

Jasa bersifat intangible, artinya tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, dicium, atau didengar. Seseorang dapat menilai hasil dari jasa sebelum ia menikmatinya sendiri. Bila pelanggan membeli jasa, maka ia hanya menggunakan, memanfaatkan atau menyewa jasa tersebut. Pelanggan tersebut tidak lantas memiliki jasa yang dibelinya.

2) Inseparability

Barang biasanya diproduksi, kemudian dijual, lalu dikonsumsi. Sedangkan jasa biasanya dijual terlebih dahulu, baru diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan.

3) Perishability

Jasa merupakan komoditas tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan.<sup>32</sup> Karena memang jasa hanya akan ada jika diperlukan pada saat itu.

4) Variability

Jasa itu sangat beraneka ragam, karena tergantung kepada yang menyediakannya dan kapan serta dimana disediakan. Seringkali pembeli jasa menyadari akan keanekaragaman ini dan membicarakannya dengan yang lain sebelum memilih seorang penyedia jasa.

Dari karakteristik di atas dapat disimpulkan bahwa TV Kabel adalah usaha jasa yang hanya akan bisa dinikmati jika kita berlangganan dan memenuhi persyaratan untuk mendapatkan layanan dari perusahaan.

---

<sup>32</sup> Ibid, 15-18

#### 4. Kualitas Layanan

Salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan kualitas pelayanan kepada para pelanggannya.

Kualitas adalah sesuatu yang diputuskan oleh pelanggan. Artinya, kualitas didasarkan pada pengalaman aktual pelanggan atau konsumen terhadap produk atau jasa yang diukur berdasarkan persyaratan-persyaratan tersebut.<sup>33</sup> Sebagaimana yang dikemukakan Kotler, kualitas adalah seluruh ciri serta sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat.<sup>34</sup> Selanjutnya yang dikemukakan oleh Geotsh dan Davis bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.<sup>35</sup> Joseph M. Muran mengemukakan bahwa kualitas sebagai kecocokan untuk pemakaian. Jadi Kualitas adalah tingkat mutu yang diharapkan dalam memenuhi kebutuhan konsumen.

Pelayanan adalah menurut kotler yaitu “ A service any act or performance that one party can offer to another that is essentially intangible and doesn't result in the ownership of anything, its production may or may no be a physical product.” Maksudnya yaitu bahwa pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak ke pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan

---

<sup>33</sup> Fandy Tjiptono, *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2005), 132.

<sup>34</sup> Eka Suhartini, *Kualitas Pelayanan Kaitannya dengan Kepuasan Konsumen*, (Makassar: Alauddin Pers, 2012), 16.

<sup>35</sup> Simamora Hendry, *Manajemen Sumber daya Manusia*, (Edisi 3; Yogyakarta:STIE YKPN, 2004), 180.

tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak pada suatu produk fisik.<sup>36</sup> Pelayanan menurut Moenir adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain yang langsung.<sup>37</sup> Pelayanan adalah suatu aktifitas ekonomi yang menghasilkan waktu, tempat, kebutuhan-kebutuhan psikologis yang di perlukan oleh seseorang.<sup>38</sup> Pelayanan adalah kegiatan yang diselenggarakan organisasi yang menyangkut kebutuhan pihak konsumen yang berkepentingan sehingga dilayani dengan keinginan konsumen dan akan menimbulkan kesan tersendiri.<sup>39</sup>

Menurut Tjiptono dan Candra kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketetapan penyampaianya dalam mengimbangi harapan pelanggan.<sup>40</sup>

Dari pengertian diatas, maka kualitas pelayanan merupakan suatu keharusan yang harus dimiliki oleh perusahaan baik yang memproduksi barang maupun jasa. Selain itu, kualitas pelayanan merupakan perbandingan antara kenyataan dan harapan konsumen, jika kenyataan ternyata yang diterima lebih dari yang diinginkan maka pelayanan yang diberikan dapat dikatakan bermutu dan konsumen akan merasa puas, dan sebaliknya jika kenyataan ternyata kurang dari apa yang diharapkan maka pelayanan dikatakan tidak bermutu.

---

<sup>36</sup> Fajar Laksmna, *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), 85.

<sup>37</sup> Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia*, (Cet 9; Jakarta: Bumi Aksara, 2010), 16.

<sup>38</sup> Agus Sulastiyono, *Manajemen Penyelenggaraan Hotel* (Bandung: Rajawali Pers, 1999), 14.

<sup>39</sup> Supriyono, *Manajemen Strategi dan Kebijakan Bisnis* (Yogyakarta 1999), 47.

<sup>40</sup> jiptono dan Chandra, *Service Quality dan Satisfaction* (Yogyakarta: Andi Offset, 2011), 61

Dalam melakukan pelayanan diperlukan strategi pelayanan, yaitu:

a. Pelayanan materi

Produk harus dapat diandalkan dan dapat melakukan apa yang dispesifikasikan untuk dilakukan, lingkungan harus mencerminkan mutu organisasi berjalan meliputi distributor, penjadwalan, dan komputer.

b. Pelayanan Pribadi

Penyatuan dan ahli karyawan sangat penting bagi kemampuan perusahaan dalam memenuhi harapan staff yang mempunyai hubungan langsung dengan pelanggan.

Sehubungan dengan peran pelayanan yang sangat penting dalam mempengaruhi konsumen dalam *service excellence* yaitu pelayanan yang unggul. Yakni suatu sikap atau cara karyawan dalam melayani pelanggan secara memuaskan.<sup>41</sup>

Secara garis besar ada empat unsur pokok dalam pelayanan:

1) Kecepatan

Suatu kondisi dimana para penyedia jasa cakap dan tidak ragu-ragu dalam melayani pengguna jasa. Dalam hal ini pemberi jasa tahu apa yang harus dilakukan.

2) Ketepatan

Suatu pelayanan dikatakan tepat waktu apabila jangka waktu pelayanan oleh pemberi jasa sesuai atau tepat waktu yang dijanjikan ke pelanggan.

3) Keramahan

Keramahan adalah suatu keadaan dimana pengguna jasa merasa puas atas diperlakukan dengan baik, sopan santun dan penuh perhatian oleh pemberi jasa.

---

<sup>41</sup>Fandy Tjiptono dan Anastasia *Total Quality Service* (Yogyakarta: Andi Offset, 2001), 58.

#### 4) Kenyamanan

Kenyamanan adalah suatu keadaan di mana pengguna jasa merasa puas atas kondisi fasilitas yang diberikan seperti tempat yang bersih, kondisi peralatan baru dan lain-lain.

Pelayanan adalah kunci keberhasilan dalam berbagai usaha yang bersifat jasa. Perannya akan lebih besar dan bersifat menentukan manakala dalam kegiatan terdapat persaingan dalam usaha merebut pasar atau pelanggan. Layanan haruslah bersifat aktif dan dinamis. Dalam layanan pada dasarnya konsumenlah yang menjadi sasaran baik secara perorangan maupun kelompok dalam bentuk badan atau organisasi.

### 5. Perspektif Ekonomi Islam

Perspektif adalah berasal dari bahasa Itali "Prospettiva" gambar atau pandangan. Perspektif dapat dikatakan suatu cara pandang terhadap suatu masalah yang terjadi, atau sudut pandang tertentu digunakan dalam melihat suatu fenomena<sup>42</sup>.

Ekonomi Islam dapat didefinisikan sebagai perilaku individu muslim dalam setiap aktivitas ekonomi syariahnya harus sesuai dengan tuntunan syariat Islam, dalam rangka mewujudkan dan menjaga maqashid syariah (agama, jiwa, akal, nasab dan harta). Tujuan yang ingin dicapai dalam suatu ekonomi Islam, yaitu tauhid dan berdasarkan rujukan pada Al-Quran dan Sunnah.<sup>43</sup>

Perspektif ekonomi Islam adalah cara pandang dalam Islam dalam menilai ekonomi yang sesuai nilai-nilai Al-Qur'an dan Sunnah.

---

<sup>42</sup>Elvinaro Ardianto dan Bambang Q-Aness, *Filsafat Ilmu Komunikasi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2009), 50.

<sup>43</sup>M. Nur Rianto Al Arif, *Pengantar Ekonomi Syariah Teori dan Praktik* (Cet. II; Bandung: Pustaka Setia, 2017), 23

### a. Kualitas Layanan dalam Perspektif Ekonomi Islam

Kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan tentunya tidaklah hanya bertujuan untuk memberikan kepuasan semata. Sebagai seorang muslim dalam memberikan pelayanan haruslah berdasarkan pada nilai-nilai syariah dalam islam guna mewujudkan nilai ketakwaan dan keimanan dalam rangka menjalankan misi syariat islam.

Dalam pandangan islam yang dijadikan tolak ukur untuk menilai kualitas pelayanan adalah standarisasi syariah. Islam mensyariatkan kepada manusia agar selalu terikat dengan hukum syara' dalam menjalankan aktifitas ataupun memecahkan setiap masalah. Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha baik berupa barang maupun jasa hendaknya memberikan layanan yang berkualitas dan berusaha untuk tidak memberikan yang pelayanan yang buruk. Adapun nilai-nilai pelayanan dalam islam adalah sebagai berikut:

- 1) *Reability* (Keandalan) adalah kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat serta memuaskan. Artinya pelayanan yang diberikan handal dan bertanggung jawab, karyawannya sopan dan ramah. Hal ini difirmankan Allah dalam QS. Al-Isra ayat 34:

وَلَا تَقْرَبُوا مَالَ الْيَتِيمِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ حَتَّىٰ يَبْلُغَ أَشُدَّهُ ۚ وَأَوْفُوا بِالْعَهْدِ  
 إِنَّ الْعَهْدَ كَانَ مَسْئُولًا ﴿٣٤﴾

Terjemahan:

“Dan janganlah kamu mendekati harta anak yatim, kecuali dengan cara yang lebih baik (bermanfaat) sampai ia dewasa dan penuhilah janji. Sesungguhnya janji itu pasti dimintai pertanggung jawabannya”. (QS. AL-Isra: 34)

Allah swt memerintahkan kepada hamba-Nya agar memenuhi janji, baik janji kepada Allah ataupun janji yang dibuat dengan sesama manusia, yaitu akad jual beli dan sewa menyewa yang termasuk dalam bidang muamalah.

Az-Zajjaj menjelaskan bahwa semua perintah Allah dan larangan-Nya adalah janji Allah yang harus dipenuhi, termasuk pula janji yang harus diikrarkan kepada Tuhannya, dan janji yang dibuat antara hamba dengan hamba. Yang dimaksud dengan memenuhi janji ialah melaksanakan apa yang telah ditentukan dalam perjanjian itu, dengan tidak menyimpang dari ketentuan agama dan hukum yang berlaku. Di akhir ayat, Allah swt menegaskan bahwa sesungguhnya janji itu harus dipertanggungjawabkan. Orang-orang yang mengkhianati janji, ataupun membatalkan janji secara sepihak akan mendapat pembalasan yang setimpal.<sup>44</sup>

2) *Responsiveness* (Daya Tanggap) adalah suatu respon atau kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan dan memeberikan pelayanan yang cepat dan tanggap. Dalam islam kita harus selalu menepati komitmen seiring dengan promosi yang di promosikan oleh perusahaan. Hal ini sesuai firman Allah dalam QS. Al-Maidah ayat 1:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اَوْفُوْا بِالْعُقُوْدِ ۗ

Terjemahan:

”Hai orang-orang beriman, penuhilah aqad-aqad itu. (Qs. Al-Maidah: 1).

Adapun tafsir ayat menurut Wahbah az-zuhali dalam kitab Tafsir Al-munir maksuf ayat diatas adalah Wahai kamu sekalian orang orang yang bertitlkan

---

<sup>44</sup>Kementerian Agama RI, Al-Qur’an dan Terjemahnya Edisi 2019, (Jakarta : Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur’an (LPMQ) 2019).

keimanan dan buang jauh jauh apa yang diserukan oleh setan, penuhilah akad, kesepakatan, dan perjanjian yang kalian buat dengan Allah SWT atau dengan sesama manusia. Akad tersebut ada enam, yaitu perjanjian kepada Allah SWT, akad persekutuan, akad syirkah, akad jual beli, akad nikah dan akad sumpah. Oleh karena itu, wajib hukumnya memenuhi dan mematuhi akad dan perjanjian sesuai dengan syarat-syarat yang disepakati selama tidak berbenturan dengan syariat. Tidak boleh memenuhi dan mematuhi akad dan kesepakatan menyangkut hal hal yang diharamkan, misalnya perjanjian dan kesepakatan jahiliyah yang berlandaskan pada kebatilan, seperti persekutuan mereka untuk saling tolong menolong dan saling mewaris, seperti seseorang berkata kepada orang lain yang akan menjadi sekutunya, “darahku adalah darahmu, pemaafanku adalah pemaafanku, kamu menjadi warisku dan aku menjadi warismu”.<sup>45</sup>

- 3) *Assurance* (Jaminan) adalah kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk atau jasa secara tepat, kualitas, keramahan, perkataan atau kesopanan dalam memeberikan pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi dan kemampuan dalam menenmkan kepercayaan pelanggan kepada perusahaan. Hal ini sebagaimana di firmankan oleh Allah dalam QS. An-Nisa ayat 29:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ  
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

<sup>45</sup> WahbahAz-Zuhaili, *Tafsir Al-Munir Aqidah, Syari'ah, Manhaj jilid 3* (Depok: Gema Insani, 2021), 396.

Terjemahan :

”Hai orang-orang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah maha penyayang kepadamu”. (Qs. An-Nisa: 29)

Maksud ayat tersebut adalah Allah SWT melarang orang beriman memakan harta orang lain dengan cara yang batil, sebagaimana dia melarang orang beriman memakan harta mereka sendiri dengan cara yang batil. Maksud memakan harta sendiri dengan cara yang batil adalah dengan cara memanfaatkannya untuk kemaksiatan. Manakala yang dimaksud dengan memakan harta lain dengan batil adalah dengan cara melakukan transaksi-transaksi perekonomian yang dilarang oleh syariat seperti praktik riba, judi, ghasab, dan mengurangi takaran atau timbangan.<sup>46</sup>

- 4) *Empaty* (Empati) adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan perhatian yang bersifat individual atau pribadi kepada para konsumennya. Perhatian yang diberikan harus dilandasi dengan aspek keimanan dalam rangka mengikuti perintah Allah untuk selalu berbuat baik kepada orang lain khususnya para pelanggan. Hal ini ditegaskan dalam firman Allah QS. An-Anahl ayat 90:

﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَايِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ ۚ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ﴾

Terjemahan:”

Sesungguhnya Allah menyuruh kamu berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi bantuan kepada kerabat, dan Dia melarang (melakukan)

<sup>46</sup> WahbahAz-Zuhaili, *Tafsir Al-Munir Aqidah, Syari'ah, Manhaj jilid 3* (Depok: Gema Insani, 2021), .

perbuatan keji, kemungkar, dan permusuhan. Dia memberi pelajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran”. (QS. An-Nahl:90)

Imam Ahmad meriwayatkan bahwa ada seorang sahabat yang semula kurang senang kepada Rasul saw. Sewaktu dibacakan kepadanya ayat ini oleh Rasul saw, maka iman dalam jiwanya menjadi teguh dan dia menjadi sayang kepada Nabi saw.

Pada ayat ini disebutkan tiga perintah dan tiga larangan. Tiga perintah itu ialah berlaku adil, berbuat kebajikan, dan berbuat baik kepada kerabat. Sedangkan tiga larangan itu ialah berbuat keji, mungkar, dan permusuhan.

Kezaliman lawan dari keadilan, sehingga wajib di jauhi. Hak setiap orang harus diberikan sebagaimana mestinya. Kebahagiaan barulah dirasakan oleh manusia bilamana hak-hak mereka dijamin dalam masyarakat, hak setiap orang dihargai, dan golongan yang kuat mengayomi yang lemah. Penyimpangan dari keadilan adalah penyimpangan dari sunnah Allah dalam menciptakan alam ini. Hal ini tentulah akan menimbulkan kekacauan dan kegoncangan dalam masyarakat, seperti putusnya hubungan cinta kasih sesama manusia, serta tertanamnya rasa dendam, kebencian, iri, dengki, dan sebagainya dalam hati manusia. Semua yang disebutkan itu akan menimbulkan permusuhan yang menyebabkan kehancuran. Oleh karena itu, agama Islam menegakkan dasar-dasar keadilan untuk memelihara kelangsungan hidup masyarakat. Dalam Al-Qur'an banyak ditemukan ayat-ayat yang turun di Mekah maupun di Medinah, yang memerintahkan manusia berbuat adil dan melarang kezaliman.<sup>47</sup>

5) *Tangible* (Bukti Fisik) adalah suatu bentuk penampilan fisik,<sup>48</sup> contohnya gedung kantor, media komunikasi dan lain sebagainya yang bersifat fisik.

---

<sup>47</sup>Kementerian Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahnya Edisi 2019, (Jakarta : Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an (LPMQ) 2019).

<sup>48</sup>Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung:Alfabeta, 2016), 285.

Dalam menjalankan operasional perusahaan harus memperhatikan sisi penampilan fisik karyawan dalam hal berpakaian yang rapi, santun, beretika dan syar’i. Sebagaimana Firman Allah dalam QS. Al-A’raf ayat 26:

يٰۤاٰدَمُ قَدْ اَنْزَلْنَا عَلَيْكَ لِبَاسًا يُّوْرِى سَوَآءَ تَكُمۡ وَّرِيۡشًا ۗ وَلِبَاسٍ لِّلۡتَّقٰوٰى  
ذٰلِكَ خَيْرٌۭ ذٰلِكَ مِّنۡ ءَايٰتِ اللّٰهِ لَعَلَّهُمۡ يَذَّكَّرُوۡنَ ﴿٢٦﴾

Terjemahan:

“Wahai anak cucu adam. Sesungguhnya kami telah menyediakan pakaian untuk menutupi auratmu dan untuk perhiasan bagimu. Tetapi pakaian takwa, itulah yang lebih baik bagimu. Demikianlah sebagai tanda-tanda kekuasaan Allah, mudah-mudahan mereka ingat”. (QS. Al-A’raf ayat 26)

Nabi Muhammad saw:

اِنَّ اللّٰهَ جَمِيْلٌ يُحِبُّ الْجَمَالَ

Artinya:

“Sesungguhnya Allah Maha indah dan mencintai keindahan” (HR. Muslim dari Ibnu Mas’ûd radhiyallahu’anhû).

Ini semua merupakan pakaian dan keindahan lahiriah. Di samping itu ada lagi macam pakaian yang sifatnya rohaniah yang jauh lebih baik dari pakaian lahiriah tadi, karena ia dapat menghimpun segala macam kebaikan, yaitu takwa kepada Allah.<sup>49</sup>

Islam menghapus semua perbedaan kelas umat manusia dan menganggap amal sebagai kewajiban yang harus dilaksanakan oleh setiap orang sesuai dengan kepastian dan kemampuan dirinya. Hubungan antara iman dan amal (kerja) itu sama

<sup>49</sup>Kementerian Agama RI, Al-Qur’an dan Terjemahnya Edisi 2019, (Jakarta : Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur’an (LPMQ) 2019)

dengan hubungan antara pohon dan akar, yang salah satunya tidak mungkin bisa eksisten padannya yang lain. Islam tidak mengakui dan mengingkari sebuah keimanan yang tidak membuahkan perilaku yang baik.<sup>50</sup>

Islam juga mengajarkan kepada umat manusia agar memberikan pelayanan harus sesuai dengan prinsip ekonomi islam sebagaimana dijelaskan dibawah ini:<sup>51</sup>

- 1) Jujur yaitu sikap yang tidak berbohong, tidak mengada-ngadakan fakta, tidak berkhianat serta tidak pernah ingkar janji.
- 2) Tidak Menipu (*Al-kazib*) yaitu sikap yang sangat mulia dalam menjalankan bisnisnya adalah tidak menipu.
- 3) Melayani dengan rendah hati (*khidmah*) yaitu sikap ramah tamah, sopan, santun, murah senyum, suka mengalah namun tetap penuh tanggung jawab.
- 4) Bersikap profesional selain memerintahkan bekerja, islam juga menuntun setiap muslim agar dalam bekerja dibidang apapun haruslah bersikap profesional. Inti dari sikap profesional adalah harus cakap dan ahli dalam bidang pekerjaanya yang sedang dijalani atau ditekuni.
- 5) Bersikap amanah dan bertanggung jawab, sikap amanah mutlak harus dimiliki seseorang pembisnis muslim. Sikap itu bisa dimiliki jika dia selalu menyadari bahwa apapun aktivitas yang dilakukan termasuk pada saat dia bekerja selalu diketahui Allah SWT.
- 6) Memelihara etos kerja/ bersungguh-sungguh. Islam mendorong setiap muslim untuk selalu bekerja keras serta bersungguh-sungguh mencurahkan tenaga dan kemampuanya dalam bekerja. Dorongan utama seorang muslim dalam bekerja adalah bahwa aktivitas kerjanya dalam pandangan islam merupakan

---

<sup>50</sup> Mustaq Ahmad, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2010), 10.

<sup>51</sup> Johan Arifin, *Etika Bisnis Islam*, (Semarang: Walisongo Press, 2009), 153.

bagian dari ibadah karena berkerja merupakan pelaksanaan salah satu kewajiban.

#### b. Akad TV Kabel dalam Perspektif Ekonomi Islam

Jika dilihat dari operasional sistem iklan dan usaha yang dijalankan oleh TV Kabel SWA TV maka akad yang digunakan dalam pandangan ekonomi Islam adalah akad iz'an. Transaksi yang dikenal dengan akad iz'an ( Contract of adhesion ) di mana pihak yang kuat secara ekonomi memaksa harga dan persyaratan-persyaratan yang menguntungkan terhadap pihak yang lemah. Seperti, transaksi pemasangan air bersih, telepon, listrik, angkutan umum dan lainnya.

Dalam akad ini, para pelanggan sama sekali tidak dapat mengubah harga serta persyaratan yang dibuat oleh pihak perusahaan pemberi layanan. Kalau tidak menyetujui, mereka tidak akan mendapatkan pelayanan yang mereka butuhkan.

Akad ini tidak mengandung unsur paksaan, karena pelanggan saat ingin mengajukan permohonan tidak seorang pun yang memaksa mereka untuk melakukannya.

Oleh karena itu, akad ini dibenarkan oleh *Majma'Al Fiqh Al Islami* (divisi fikih OKI) dengan keputusan no: 132 (6/4) tahun 2003. Keputusan tersebut berbunyi, ” Akad Iz'an dalam pandangan fikih terbagi dua:<sup>52</sup>

- 1) Akad iz'an harga yang ditetapkan adil, tidak mengandung persyaratan yang menzalimi pihak yang lemah.

Hukum akad ini sah menurut syariat. Dan wajib dipatuhi kedua belah pihak. Serta pihak pemerintah/ pengadilan setempat tidak berhak membatalkan atau mengubah akad ini, karena tidak ada penyebab yang mengharuskan

---

<sup>52</sup>Erwandi Tarmizi, *Harta Haram Muamalat Kontemporer* (Cet. 23; Bogor: PT. Berkat Muliainsani, 2020),56.

pembatalannya. Sekalipun terdapat unsur ghaban ( Penipuan) harga dalam jumlah relative sedikit, karena unsur penipuan dalam jumlah tidak besar ditolerir oleh syariat dalam hal muamalat, mengingat sangat susah sebuah muamalat yang terbebas sama sekali dari unsur ini.

Juga transaksi orang yang membutuhkan dalam keadaan mendesak disahkan oleh syariat bila harganya adil, berdasarkan kesepakatan para ulama.

- 2) Akad iz'an mengandung kezaliman terhadap pihak yang lemah, karena harga yang ditawarkan sangat murah (ghaban fahisy ) atau persyaratan yang ditetapkan sangat merugikan.

Dalam akad ini pemerintah setempat wajib ikut campur sebelum ditawarkan kepada khalyak ramai. Dengan cara menentukan harga yang adil, terbebas dari kezaliman, merugikan orang banyak atau menghapus/ mengubah persyaratan-persyaratn yang tidak adil. Hal ini didsarkan atas kewajiban ulil amri (pemerintah) di dalam islam untuk menghapuskan ikhtikar (monopoli) pihak penjual atau pemberi jasa yang menyangkut kebutuhan orang banyak.<sup>53</sup>

Akad Iz'an boleh digunakan oleh perusahaan-perusahaan yang kuat dalam hal ekonomi untuk masyarakat selagi tidak ada unsur kezaliman yang merugikan kepada masyarakat atau konsumen. Karena perusahaan tersebut adalah penghasil produk atau jasa tertentu yang mereka bebas menentukan harga dipasaran.

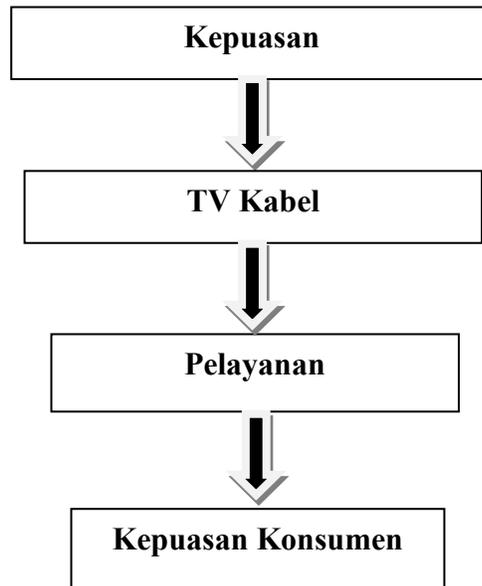
### ***C. Kerangka Pemikiran***

Berdasarkan judul penelitian, maka secara sistematis dapat digambarkan kerangka pemikiran sebagai beriku:

---

<sup>53</sup>Ibid 26-27.

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Pemikiran**



Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap rasa puas yang dirasakan oleh para pelanggan, karena kualitas pelayanan yang telah ditetapkan oleh perusahaan menjadi tolak ukur untuk mencapai kepuasan, hal ini dikarenakan kualitas pelayanan merupakan salah satu bahan keputusan bagi konsumen untuk berlangganan pada suatu produk. kualitas pelayanan yang baik akan memberikan rasa puas terhadap konsumen.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### ***A. Jenis Penelitian***

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*). Penelitian field research yaitu penelitian yang dilaksanakan di suatu tempat, dan tempat itu diluar perpustakaan dan laboratorium.<sup>1</sup> Berdasarkan tujuannya penelitian ini tergolong dalam penelitian deskriptif, sedangkan pendekatan dari segi data analisisnya penelitian ini tergolong dalam kualitatif . Dengan demikian maka jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Statistik deskriptif yaitu statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.<sup>2</sup> Sedangkan Menurut Bogdan dan Taylor penelitian kualitatif adalah sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.<sup>3</sup>

#### ***B. Lokasi Penelitian***

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di TV kabel Sw@ TV Kota Palu Jl. Munifrahman 1. Alasan memilih tempat ini, karena memiliki pelanggan terbanyak.

#### ***C. Kehadiran Peneliti***

Kehadiran peneliti dilapangan sebagai instrumen yang utama dalam penelitian kualitatif, maka peneliti bersifat aktif dalam melakukan pengamatan dan mencari informasi dan narasumber dengan objek yang sedang diteliti. Adapun

---

<sup>1</sup>Nurhadi, *et al., eds., Metode Penelitian Ekonomi Islam* (Bandung: Media Sains Indonesia, 2021),9.

<sup>2</sup>Sugiyono, *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2014), 147.

<sup>3</sup>Dr. Mamik, *Metodologi Kualitatif* (Cet; 1; Taman Sidoarjo, Zifatama Publisher, 2015),4.

posisi peneliti dalam hal ini sepengetahuan pihak-pihak tertentu, khususnya lokasi yang terkait dengan objek penelitian.

Adapun responden yang menjadi objek penelitian adalah pengelola TV Kabel SWA TV dan para pelanggan S1 yang berlangganan di atas lima tahun dalam berlangganan SWA TV Kota Palu. Karena pelanggan S1 memiliki wawasan yang luas dalam menilai sebuah produk dan jasa dibanding pelanggan pada umumnya.

#### ***D. Data dan Sumber Data***

Suharsimi Arikonto mengungkapkan bahwa yang dimaksud dengan sumber data dalam penelitian adalah “subyek dari mana data diperoleh”.<sup>4</sup> Jenis data yang dikumpulkan oleh penulis dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber utamanya. Sedangkan data sekunder adalah data yang bersumber dari dokumen.<sup>5</sup> Untuk lebih jelasnya penulis menguraikan dibawah ini:

##### **1. Data Primer**

Data primer merupakan data yang langsung didapatkan dilapangan yang berhubungan langsung terhadap objek penelitian. Seperti pimpinan SWA TV, operator SWA TV, dan wawancara.

##### **2. Data Sekunder**

Data Sekunder merupakan data yang bersumber dari data yang sudah ada seperti buku, penelitian terdahulu dan perpustakaan.

Adapun data sekunder dari penelitian ini adalah penelitian terdahulu, jurnal dan literature lainnya untuk melengkapi data primer.

---

<sup>4</sup>Suharsimi Arikonto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta 2002), 46.

<sup>5</sup>Rochiawati Wiratmaj, *Metode Penelitian Tingkat Kelas* (Bandung: Rosda Karya 2007),96.

### ***E. Teknik Pengumpulan Data***

Pengumpulan data dapat dilakukan berbagai sumber dan berbagai cara. Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu:

#### **1. Wawancara**

Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara Tanya jawab sambil bertatap muka antara si penanya atau pewawancara dengan si penjawab atau responden dengan menggunakan alat yang dinamakan *interview guide* (panduan wawancara).<sup>6</sup>

#### **2. Obsevasi**

Menurut Suharsimi Arikonto mengemukakan observasi merupakan sebuah pengamatan secara langsung terhadap suatu objek yang ada dilingkungan baik itu yang sedang berlangsung atau masih dalam tahap yang meliputi berbagai aktivitas perhatian terhadap suatu kajian objek yang menggunakan pengindraan. Dan merupakan dari suatu tindakan yang dilakukan secara sengaja atau sadar dan juga sesuai urutan.<sup>7</sup>

Macam-macam observasi:

- a. Observasi partisipasi lengkap, yaitu mengadakan observasi dengan cara mengikuti seluruh kehidupan responden.
- b. Obervasi partisipasi sebagian, yaitu mengadakan observasi dengan cara mengikuti sebagian dari kehidupan respinden.
- c. Observasi tanpa partisipas, yaitu mengadakan observasi tanpa ikut kedalam kehidupan responde.<sup>8</sup>

---

<sup>6</sup>Moh. Nazir, *Metode Penelitian* (Jakarta: Ghia Indonesia, 1998), 234.

<sup>7</sup>Uswatun Khasanah, M.Pd.I. *Pengantar Microteaching* (Cet; 1Yogyakarta: Deepublish, 2020),25.

<sup>8</sup>Dr. Eko Budiarto, SKM dan Dr. Dewi Anggraeni, *Pengantar Epidomologi* (Ed.2; Jakarta: Penerbit Buku Kedokteran EGC), 45.

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku majalah, parsasti, peraturan-peratura, agenda, foto dan sebagainya.<sup>9</sup>

### *F. Teknik Analisis Data*

Analisis data adalah proses pengaturan urutan data untuk menyusunnya secara baik. Adapun teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti terdiri tiga tahap:

#### 1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan bentuk analisis untuk mempertajam, memiliki, memfokuskan, membuat dan menyusun data kearah pengambilan keputusan.<sup>10</sup> Sehingga penulis dapat merangkum data yang telah didapatkan saat di lapangan, kemudian dari data-data tersebut diambil data yang dianggap pantas untuk dimasukkan dalam pembasan ini.

#### 2. Penyajian Data

Penyajian data merupakan salah satu proses yang dilakukan jika data telah terkumpul untuk dianalisis dan dipahami sesauai dengan tujuan yang diinginkan.

#### 3. Verifikasi Data

Verifikas Data yaitu pengambilan kesimpulan dengan cara memeriksa data-data kembali data yang telah ada, sehingga penyajian dan pembahasan benar-benar valid.

### **G. Pengecekan Keabsahan Data**

Ada beberapa teknik keabsahan data yang dirumuskan oleh Lexy. J. Moleong namun dalam penelitian ini peneliti tidak mengadopsi secara keseluruhan teknik

---

<sup>9</sup>Koenjaningrat, *Metode-Metode Penelitian Masarakat* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1985) 129

<sup>10</sup>Umrati dan Hengki Wijaya, *Analisis Data Kualitatif Teori Konseb Dalam Penelitian Pendidikan* (Makassar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray, 2020), 105.

keabsahan data yang dikemukakan tersebut, tapi peneliti sengaja memilih teknik keabsahan data yang sesuai dengan konteks penelitian, berikut ini beberapa teknik keabsahan data:

### **1. Perpanjangan Keikut Sertaan**

Keikut sertaan peneliti sangat menentukan dalam pengumpulan data. Keikut sertaan itu tidak hanya dilakukan dalam waktu singkat tetapi melakukan perpanjangan keikut sertaan peneliti pada latar penelitian.<sup>11</sup> Dengan perpanjangan keikut sertaan peneliti dapat menguji ketidakbenaraan informasi baik berasal dari responden maupun kesalahpahaman peneliti sendiri dalam menangkap informasi.

### **2. Ketekunan Pengamatan**

Ketekunan pengamatan dilakukan dengan maksud menemukan ciri-ciri dan unsur-unsur dalam situasi yang relevan dengan persoalan dan isu yang sedang dicari dan kemudian memuaskan diri pada hal-hal tersebut secara rinci.<sup>12</sup>

### **3. Triangulasi**

Triangulasi adalah tehnik pemeriksaan keabsahan data memanfaatkan sesuatu yang lain, diluar data untuk keperluan, pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu.<sup>13</sup> Triangulasi berfungsi untuk mencari data, agar data yang dianalisis tersebut benar dan dapat ditarik kesimpulannya.

Menurut Denzim dalam Lexy J. Moleong, membedakan empat macam triangulasi sebagai tehnik pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan sumber, metode, penyidik, dan teori.<sup>14</sup>

---

<sup>11</sup>Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT.Remaja Rosdakarya 2002), 175.

<sup>12</sup>Ibid, 329

<sup>13</sup>Ibid,330

<sup>14</sup>Ibid,330

#### a. Triangulasi Sumber

Adalah untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber.<sup>15</sup> Dengan menggunakan triangulasi sumber maka peneliti bisa membandingkan informasi yang diperoleh melalui sumber yang berbeda.

#### b. Triangulasi Metode

Adalah usaha untuk mengecek keabsahan data, atau mengecek keabsahan penelitian. Triangulasi data menurut Bachri dalam Imam Gunawan dapat dilakukan dengan menggunakan lebih dari satu teknik pengumpulan data untuk mendapatkan data yang sama. Pelaksanaanya dapat juga dengan cek dan ricek. Dengan demikian triangulasi dengan metode terdapat dua strategi, yaitu: 1) pengecekan drajat kepercayaan penemuan hasil penelitian beberapa teknik pengumpulan data, dan 2) pengecekan derajat kepercayaan beberapa sumber data dengan metode yang sama.<sup>16</sup>

#### c. Triangulasi teknik

Adalah untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber dengan teknik yang berbeda.<sup>17</sup>

#### d. Triangulasi Teori

Adalah memanfaatkan dua teori atau lebih untuk diadu. Untuk itu, diperlukan rancangan penelitian, pengumpulan data dan analisis data yang lengkap, dengan demikian akan dapat memberikan hasil yang lebih komprehensif.<sup>18</sup>

---

<sup>15</sup>Sugiyono, *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2014), 274.

<sup>16</sup>Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik* (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), 219-220.

<sup>17</sup>Sugiyono, *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2014), 274.

<sup>18</sup>Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik* (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), 221.

Dengan demikian dalam penelitian ini peneliti tidak cukup hanya mengandalkan data lapangan melainkan sumber lain juga seperti buku, dokumen dan lain-lain sebagai pelengkap.

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### ***A. Gambaran Lokasi Penelitian***

##### **1. Sejarah SWA TV**

Media informasi di kota Palu Sulawesi Tengah hingga tahun 1980-an masih sangat terbatas, media informasi dan komunikasi utamanya dalam siaran televisi hanya dimonopoli oleh lembaga penyiaran melalui TVRI, wilayah pertokoan yang telah memiliki transmisi TVRI berperan aktif memberikan informasi dan hiburan kepada masyarakat Indonesia pada umumnya dan Sulawesi Tengah pada khususnya, namun wilayah pesisir pedesaan siaran TVRI hanya dapat dinikmati oleh sebagian masyarakat yang mampu secara ekonomi dengan membeli peralatan antena penerima siaran (parabola), selebihnya informasi dan hiburan hanya bisa kita nikmati melalui radio dan surat kabar yang jumlahnya masih sangat terbatas.

Melihat fenomena ini akhirnya muncul inisiatif untuk menghadirkan alternatif Televisi yang bisa dinikmati oleh semua orang dengan nama SWA TV yang juga gabungan dari ide hasil perbincangan oleh seorang temankantoryang kebetulan ingin membangun usaha TV kabel pertama kali di kota Palu. Pada mulanya SWA TV memiliki 20 siaran lokal. SWA TV muncul pertama kali pada 27 Januari 2004 dan dengan nama CV. Dimasindo, dan jaringan TV kabel pada saat itu masih bertempat di Pimpilido, Mas Mansur dan Imam Bonjol.<sup>1</sup>

Pada tahun 2010 CV. Dimasindo beralih nama menjadi SWA TV dengan bergabungnya beberapa TV kabel yang membentuk PT. SWA TV (Sulawesi Televisual Indonesia). SWA TV sebelumnya memiliki tujuh studio dan sekarang tinggal lima studio.

---

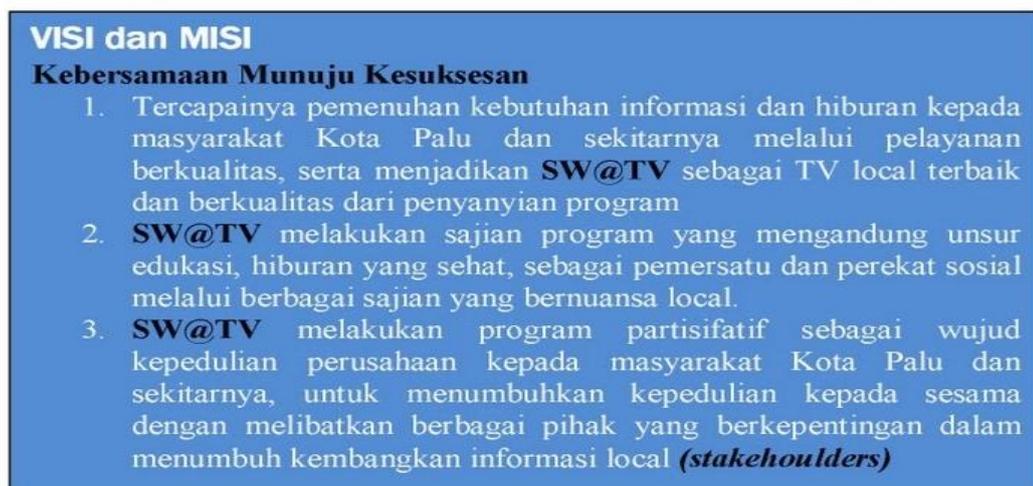
<sup>1</sup>Rafon, *Pengelola Tv kabel, Wawancara*, Palu, 13 juni 2020.

Layaknya seperti usaha pada umumnya yang memang tidak selalu berjalan mulus, SWA TV pernah mengalami insiden kebakaran di kantor pertamanya yang bertempat di jalan Pimpilido pada tahun 2008. Oleh karena insiden tersebut, kantor SWA TV akhirnya dipindahkan ke jalan Munif Rahman pada tahun 2011 hingga saat ini.<sup>2</sup>

SWA TV kualitasnya tidak diragukan lagi karena diisi oleh SDM yang berpengalaman dalam bidang produksi dan creative yang mampu memberikan tontonan menarik sesuai dengan konten lokal. Untuk jaringannya sendiri, SWA TV diperuntukkan pada semua masyarakat kota Palu dengan sistem jaringan SWA TV Kabel.

## 2. Visi dan Misi

**Gambar 4.1**  
**VisiMisi**



Sember: [2.bpblogspot.com/POLA%2BSIARAN%2BSWA%BTV](http://2.bpblogspot.com/POLA%2BSIARAN%2BSWA%BTV)

Kebersamaan menuju kesuksesan

- a. Tercapainya pemenuhan kebutuhan informasi dan hiburan kepada masyarakat kota Palu dan sekitarnya melalui pelayanan berkualitas, serta menjadikan SWA TV sebagai TV local terbaik dan berkualitas dari penyajian program.

---

<sup>2</sup>Rafon, *Pengelola Tv kabel, Wawancara*, Palu, 13 juni 2022.

- b. SWATV melakukan sajian program yang mengandung unsur edukasi, hiburan yang sehat, sebagai pemersatu dan perekat sosial melalui berbagai sajian yang bernuansa local.
- c. SWATV melakukan program partisipatif sebagai wujud kepedulian perusahaan kepada masyarakat kota Palu dan sekitarnya, untuk menumbuhkan kepedulian kepada sesama dengan melibatkan berbagai pihak yang berkepentingan dalam menumbuh kembangkan informasi local (stakeholders).

### 3. Produk Siaran TV Kabel SWA TV

**Tabel 4.1**  
**Saran TV**

<b>Siaran Local</b>	<b>Anak anak</b>
1. Antv 2. GTV 3. Metro TV 4. MNCTV 5. Rcti 6. Sctv 7. Trans TV 8. Trans 7 9. TVOne 10. TVRI 11. Kompas TV 12. Net TV 13. Indosiar 14. i News TV	1. Nick Jr 2. KTV 3. Mentari TV 4. Nickeladon
<b>Religi</b>	<b>Olahraga</b>
1. Rodja TV 2. MGI TV 3. U Channel 4. Mekkah TV	1. Spo TV 2. Bein Sport 1 3. Bein Sport 3 4. O Channel

5. Dai TV	5. TVRI Sport 6. Mola
<b>Hiburan</b>	<b>Berita/ Edukasi</b>
1. TVM 2. HBO 3. CM 4. HBO Signature 5. Zeebioskop 6. Galaxy 7. Sinema Indonesisa 8. Axn 9. Dangdut TV 10. LBC 11. SWA TV	1. R Tv 2. J Tv 3. Polri TV 4. N TV 5. Cnbc 6. RRI Net
<b>Dan lain-lain</b>	
1. Espn 2. Ng Wild 3. Nat Geo 4. Discovery 5. TVRI Sulawesi Tengah	

#### 4. Sistem Layanan yang diberlakukan SWATV

- a. Senantiasa mendengarkan dan memahami segala keinginan pelanggan TV kabel SWATV
- b. Menyiapkan berbagai macam siaran dari yang local, luar negeri, hiburan, olahraga, religi dan lain-lain.
- c. Melayani pemasangan dan penarikan jaringan TV Kabel untuk memenuhi keinginan pelanggan.
- d. Cepat dan Tanggap dalam mengatasi masalah yang terjadi pada jaringan maupun TV kabel para pelanggan
- e. Menerima keluhan dan saran dengan baik dari para pelanggan<sup>3</sup>

<sup>3</sup>Rafon, *Pengelola Tv kabel, Wawancara*, Palu, 13 juni 2022.

## ***B. Strategi SWA TV dalam meningkatkan kepuasan pelanggan***

Salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan kualitas pelayanan kepada para pelanggannya. Menurut Tjiptono dan Candra kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketetapan penyampaian dalam mengimbangi harapan pelanggan.<sup>4</sup> Menurut bapak Rafon sebagai seorang pengelola TV kabel Swa TV:

”Hal yang paling utama dalam usaha TV kabel adalah pelayanan kualitas siaran jika siaran memiliki signal yang bagus, menampilkan gambar yang jernih maka pelanggan akan merasa puas, kedua hal yang paling utama setelah kualitas gambar adalah jumlah siaran.”<sup>5</sup>

Kualitas pelayanan merupakan suatu keharusan yang harus dimiliki oleh perusahaan baik yang memproduksi barang maupun jasa. Selain itu, kualitas pelayanan merupakan perbandingan antara kenyataan dan harapan konsumen, jika kenyataan ternyata yang diterima lebih dari yang diinginkan maka pelayanan yang diberikan dapat dikatakan bermutu dan konsumen akan merasa puas, dan sebaliknya jika kenyataan ternyata kurang dari apa yang diharapkan maka pelayanan dikatakan tidak bermutu. Terkait dengan tingkat kepuasan pelanggan dalam berlangganan TV kabel Swa TV, maka dapat dijelaskan berdasarkan sumber data yang peneliti kumpulkan melalui wawancara dengan para pelanggan dan pengelola TV kabel Swa TV mengenai kepuasan pelanggan dan ketidakpuasan pelanggan terhadap TV kabel Swa TV.

Adapun strategi TV kabel mempertahankan pelanggan:

### 1. Pembagian brosur

---

<sup>4</sup> Tjiptono dan Chandra, *Service Quality dan Satisfaction* (Yogyakarta: Andi Offset, 2011), 61

<sup>5</sup> Rafon, *Pengelola Tv kabel, Wawancara*, Palu, 13 juni 2022.

2. Mempermudah pelanggan membayar iuran seperti jika jatuh tanggal pembayaran pelanggan meminta di tagih pada tanggal tertentu maka pihak TV kabel memberikan jangka hari seperti yang diinginkan pelanggan.
3. Akhir tahun dan awal tahun TV kabel Swa TV menawarkan promo seperti harga pemasangan yang awalnya Rp 250.000 menjadi Rp 100.000 , gratis iuran satu bulan, bahkan diwilayah tertentu Swa TV menawarkan gratis ongkos pemasangan.
4. Pengurangan iuran di rumah tertentu seperti rumah yang di tempatkan booster (alat penguat signal untuk beberapa rumah diwilayah itu) yang iurannya Rp 45.000 menjadi Rp 30.000.
5. Dengan adanya bonus bayar satu tahun bonus dua bulan jadi bayarnya delapan bulan, bayar enam bulan bonus satu bulan jadi bayarnya lima bulan.<sup>6</sup>

Strategi adalah cara bagaimana sebuah perusahaan dapat menjalankan usahanya dengan baik, dengan startegi yang baik maka akan menghasilkan hasil yang baik begitu pula sebaliknya. Dan pelayanan yang baik akan membuat pelanggan merasa nyaman. Bapak Rafon sebagai seorang pengelola TV kebel Swa TV mengatakan:

“Kemudian dalam pelayanan jika ada keluhan dari pelanggan seperti kabel putus, siaran jelek, siganal mati, mutasi/ pemutusan atau tambah TV maka pengelola TV kabel akan didata satu per satu keluhan yang masuk pada hari itu, maka besok harinya akan di sampaikan kepada teknisi agar segera merespon keinginan para pelanggan”

---

<sup>6</sup>Rafon, *Pengelola Tv kabel, Wawancara*, Palu, 13 juni 2022.

Sebuah perusahaan harus benar-benar memperhatikan apa yang diinginkan oleh para konsumen. Bapak Rafon sebagai menjelaskan:

“Adapun siaran TV yang di tampilkan oleh TV kabel Swa TV memang belum semanya seseau keinginan para pelanggan tapi pihak Swa TV sudah berupaya semaksimal mungkin untuk memenuhi keinginan pelanggan dan sejauh ini kurang lebih 80% keinginan pelanggan sudah kami penuhi buktinya dengan kelancaran pembayaran perbulan yang lancar.”<sup>7</sup>

### **1. Perspektif Kepuasan Pelanggan Tentang Pelayanan Swa TV**

Menurut Brown, kepuasan konsumen adalah suatu kondisi di mana kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen terhadap sebuah produk dan jasa, sesuai atau terpenuhi dengan penampilan dari produk dan jasa. Konsumen yang puas akan mengkonsumsi produk tersebut secara terus-menerus, mendorong konsumen untuk loyal terhadap produk atau jasa tersebut dan dengan senang hati mempromosikan produk dan jasa tersebut kepada orang lain dari mulut ke mulut.<sup>8</sup> Dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah terpenuhinya keinginan, kebutuhan dan harapan oleh sebuah produk barang atau jasa yang diproduksi atau ditawarkan oleh perusahaan.

Saat pencarian data terkait judul skripsi peneliti ada beberapa macam pendapat dari tiga orang responden yang peneliti wawancarai semua merasa puas terhadap TV kabel Swa TV yaitu bapak Faisal SE, bapak Tasdik S.Hut. Ibu Kurnia SE, bapak Azwar S.E, bapak Samsudin S.H dan Ibu Ibu Nurul Husna Amd. Kep.

---

<sup>7</sup> Rafon, *Pengelola Tv kabel, Wawancara*, Palu, 13 juni 2022.

<sup>8</sup> Sudaryono, *Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi*, ( Edisi 1; Yogyakarta : Andi Offset, 2016),<sup>79</sup>

Menurut Rambat Lopyadi Faktor- faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen:<sup>9</sup>

a. Kualitas Produk

Pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Sebagaimana yang di katakan para pelanggan SWA TV sebagai berikut:

Bapak Faisal adalah salah satu pelanggan yang sudah berlangganan sepuluh tahun beliau mengatakan:

“Saya berlangganan memakai TV kabel Swa TV ini kurang lebih sudah sepuluh tahun, dan saya merasa bahwa TV kabel Swa TV sudah memberikan siaran yang berkualitas bagus, gambarnya jernih dan memeberikan tontonan yang saya inginkan”<sup>10</sup>

**Gambar 4.2**  
**KualitasSiaran TV**



Dari wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa Pak Faisal merasa puas dengan pelayanan dan kualitas produk berupa gambar yang jernih dan signal yang bagus yang diberikan oleh Swa TV. Selain itu kualitas produk dilihat dari jumlah

<sup>9</sup>RambatLopyioadi, *ManajemenPemasaranJasaTeoridanPraktik*, (Jakarta: SalenbaEmpat, 2001), 158.

<sup>10</sup> Faisal, *Pelanggan, Wawancara*, Palu, 08 juli 2022

siaran yang ditawarkan oleh TV kabel Swa TV sebagai mana yang di ungkapkan oleh pelanggan lain yaitu Bapak Tasdik S.Hut:

”Saya berlangganan TV kabel ini selama tujuh tahun, Sejauh ini saya merasa bahwa siaran yang ditayangkan oleh TV kabel SWA TV sudah memeberikan siaran yang saya sukai, karena memang SWA TV ini kan bukan studio TV yang punya siaran tersendiri jadi siaran yang ditayangkan sudah sesuai keinginan dan tinggal kita sendiri saja yang merubah chennal yang ingin kita nonton, pelayanan yang diberikan pun saya rasa sudah sangat baik. Dan saya merekondasikan TV Kabel Swa TV ini kepada teman-teman kantor dan tetangga saya karena jika saya bandingkan dengan cerita teman-teman saya yang berlangganan di TV kabel lain terkadang ada siaran yang tidak di tayangkan oleh TV kabel tersebut seperti ketika kita menonton bola, bulu tangkis mereka tidak menyiarkan tapi di SWA TV sudah menyiarkannya.”<sup>11</sup>

Dari hasil wawancara diatas Pak Tasdik sudah merasa puas terhadap produk siaran yang diberikan oleh SWA TV karena menurut Pak Tasdik Swa TV memberikan begitu banyak pilihan siaran untuk di tonton dan apa yang dia inginkan seperti olahraga ini sudah terpenuhi seauai dengan keinginan Pak Tasdik. Begitu pula yang diungkapkan oleh Ibu Kurnia yang menyatakan:

”Saya berlangganan atau memakai siaran TV kabel Swa TV ini kurang lebih sudah tujuh tahun, Siaran yang di tayangkan sudah bagus pilihan channelnya banyak khususnya untuk siaran yang disukai anak-anak seperti Nick jr, R TV dan lain-lain”<sup>12</sup>

Dari hasil wawancara diatas bersama ibu Kurnia bahwa produk yang disiarkan oleh Swa TV sudah memenuhi kebutuhan tontonan yang ia butuhkan. Begitupun yang diungkapkan oleh bapak Azwar :

“Saya berlangganan ini sudah sangat lama mungkin semenjak tahun 2014, siaran yang ditayangkan TV kabel sudah menyiarkan apa yang saya butuhkan seperti sepak bola, karna memang siarannya banyak dan apa yang disukai kita tinggal memilih dengan mengganti siarannya. Manfaat yang saya rasakan dalam berlangganan TV kabel pada pagi hari saya bisa menonton siaraan religi untuk mendengar nasihat-nasihat agama seperti ceramah dan mengaji yang bisa membuat kita mengetahui ilmu ilmu yang

---

<sup>11</sup>Tasdik, *Pelanggan, Wawancara*, Palu, 08 juni 2022.

<sup>12</sup>Kurnia, *Pelanggan, Wawancara*, Palu, 13 juni 2022.

belum diketahui selain itu kita bisa menonton berita-berita sehingga mengetahui informasi-informasi yang ada.”<sup>13</sup>

Dari hasil wawancara bersama bapak Azwar bahwa TV kabel SWA TV memiliki siaran yang banyak sudah memenuhi tontonan yang diinginkan oleh pelanggan, dan hal itu juga diungkapkan oleh bapak Samsudin:

“Saya berlangganan di TV kabel ini sekitar enam tahun, siaran yang ditayangkan sudah memenuhi kebutuhan tontonan dirumah saya khususnya siaran untuk anak-anak yang menayangkan kartun-kartun selain itu saya sendiri juga suka menonton sepakbola yang mana tidak bisa ditayangkan melalui jaringan biasa seperti liga-liga yang diluar negeri. Adapun manfaat yang saya rasakan dalam berlangganan di TV kabel SWA TV khususnya edukasi untuk anak-anak ini lebih bagus menambah ilmu pengetahuan untuk anak-anak saya dan jaringan lain atau tv biasa belum tentu menyiarkannya.”<sup>14</sup>

Dari hasil wawancara bersama bapak Samsudin beliau sangat puas terhadap siaran yang ditayangkan oleh TV kabel SWA TV karena ada beberapa siaran yang ditayangkan bermanfaat bagi dirinya dan keluarganya, dan hal yang sama juga diungkapkan oleh ibu Nurul Husna:

“Berlangganan TV kabel semenjak tahun 2013, tayangan TV kabel sangat banyak yaitu lima puluh siaran dan gambar dan kualitasnya jernih tapi untuk saya sendiri tidak butuh banyak-banyak siaran yang saya butuhkan itu yang saya nonton, memang ada tiga siaran yang gambarnya kurang bagus tapi itu bukan siaran kebutuhan saya, adapun siaran yang saya sukai seperti TV Rodja, Mekkah, siaran agama lainnya, siaran olahraga dan siaran untuk anak-anak. Manfaat yang saya rasakan menggunakan TV kabel seperti menonton ceramah dan berita kita dapat mengetahui informasi yang ada dibanding pakai hp yang harus menggunakan data dan layarnya kecil, sedangkan menggunakan tv layarnya lebih besar, gambarnya lebih jernih, suaranya lebih jelas dan untuk anak-anak kita bisa memberikan tontonan edukasi yang mudah kita kontrol karna jika menggunakan hp susah untuk mengontrol apa yang dinonton oleh anak-anak.”

### **Gambar 4.3** **Siaran S TV**

---

<sup>13</sup>Azwar, *Pelanggan, Wawancara*, Palu, 10 juli 2022.

<sup>14</sup>Samsudin, *Pelanggan, Wawancara*, Palu, 11 juli 2022.



### b. Kualitas Pelayanan

Terutama untuk industri jasa pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan. Sebagaimana yang dirasakan para pelanggan Swa TV sebagai berikut:

Bapak Faisal SE mengatakan:

“Adapun pelayanan yang telah diberikan TV kabel seperti dalam hal siaran kabur atau jaringan hilang mereka sangat merespon dengan baik, dan di saat mereka menerima keluhan dan menagih pada saat yang telah ditentukan mereka sangat baik dalam perilaku maupun tutur kata.”<sup>15</sup>

Hal yang serupa juga dijelaskan oleh bapak tasdik yaitu:

“Para kariawannya saat kita punya keluhan dan di saat diwaktu tagihanpun sopan-sopan, Adapun keluhan saya seperti tiba-tiba siaran kabur, kabel putus, signal rusak memang kadang lambat, tapi direspon dengan baik dan saya tidak mempermasalahkan keterlambatan tersebut.”<sup>16</sup>

Demikian pula yang dikatakan ibu Kurnia:

“Untuk pelayanan jika saya ada keluhan atau komplek tv kabur atau kabel putus memang teknisnya kadang lambat datang untuk memperbaiki tapi pelayanannya tetap baik, adapun kariyawannya mereka sopan-sopan baik dalam menerima keluhan dan datang menagih dan teknisnya juga ketika datang memperbaiki apa yang saya komplek”<sup>17</sup>

---

<sup>15</sup>Faisal, *Pelanggan, Wawancara*, Palu, 08 juli 2022

<sup>16</sup>Tasdik, *Pelanggan, Wawancara*, Palu, 08 juni 2022.

<sup>17</sup>Kurnia, *Pelanggan, Wawancara*, Palu, 13 juli 2022.

Bapak Azwar mengungkapkan:

“Untuk pelayanan penagihannya sudah sangat bagus mereka selalu tepat waktu, dan saat saya memiliki keluhan terhadap tv kabel direspon dengan baik hanya saja untuk pelayanan teknisinya datang untuk memperbaiki ini yang lambat terkadang disinilah kendala yang saya rasakan di saat siaran mengalami gangguan saya harus menunggu sampai TV saya diperbaiki kembali untuk bisa dinikmati itu perlu waktu satu sampai tiga hari, untuk kariawan penagihannya dan teknisinya mereka sopan-sopan saat datang dirumah saya.”<sup>18</sup>

Bapak Samsudin:

”Kariawannya sangat bagus penagihnya ramah dan mudah bersahabat jadi antara pelanggan dan kariawannya terasa lebih dekat, mereka tepat waktu diawal bulan, adapun keluhan saya tinggal menelpon di callsenter atau no hp yang sudah dicantumkan mereka menanggapi keluhan saya dengan baik dan cepat, teknisinya langsung datang memperbaiki kerusakan atau gangguan jaringan yang saya alami.”

Ibu Nurul Husna:

“Pelayanan yang saya rasakan seperti ketika ada keluhan saya bertanya kepada kariawannya dan mereka memberikan solusi yang baik menggunakan tutur kata yang sopan teknisinya pun datang ketika dibutuhkan.”

Dari hasil wawancara antara bapak, Faisal, Tasdik, Azwar, Samsudin, Nurul Husna dan Ibu kurnia bahwa mereka sudah merasa puas terhadap layanan yang diberikan oleh TV kabel SWA TV selama ini, hanya saja bapak Tasdik, Azwar dan Ibu Kurnia mengtakan bahwa adapun kekurangan dari TV kabel Swa TV terkadang teknisinya yang lambat datang, tapi itu tidak masalah bagi mereka.

### c. Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang tinggi kepada pelanggannya. Sebagaimana yang di katakan para pelanggan Swa TV oleh bapak Faisal:

---

<sup>18</sup>Azwar, *Pelanggan, Wawancara*, Palu, 10 juli 2022.

“Dan saya sangat merekomendasikan TV kabel SWA TV kepada orang lain, karena harganya sudah sangat sesuai dengan kualitas siaran yang mereka berikan.”<sup>19</sup>

Sebagaimana diungkapkan oleh bapak Tasdik mengatakan:

“Jika di dibandingkan dengan Indihome TV kabel SWA TV sudah sangat memberikan harga Rp. 40.000 yang sudah sesuai dengan kualitas siaran yang ditampilkannya, gambarnya cukup jernih dan pilihan tontonan juga banyak”

Ibu Kurnia mengatakan:

“Dan saya merekomendasikan TV kabel kepada orang lain karna harganya yang terjangkau dan siaran yang disajikan banyak ini sudah sangat sesuai, dan yang membuat saya bertahan selama ini adalah harganya yang menurut saya terjangkau untuk semua kalangan”.<sup>20</sup>

Bapak Azwar mengatakan:

“Adapun harga sudah sangat sesuai dengan jumlah siaran dan kualitas gambar, memang diantara banyaknya siaran itu ada beberapa yang gambarnya kurang jernih tapi itu tidak masalah karena memang bukan kebutuhan saya, untuk saya sendiri memang merekomendasikan TV kabel ini untuk orang lain hanya saja untuk tetangga saya banyak memakai wifii dan saya sendiri tidak mampu berlangganan pakai wifii yang harganya terbilang mahal.”<sup>21</sup>

Bapak Samsudin:

“Untuk harga saya sebelum berlangganan di SWA TV saya pernah berlangganan di TV kabel merek lain yang bayarannya sampai seratus dua puluh ribu perbulan, SWA TV ini harganya sangat murah kualitas gambarnya sangat bagus dan pilihan channelnya juga sangat beragam yaitu lima puluh siaran yang di tayangkan oleh SWA TV, memang diantara banyaknya siaran ada sekitar tiga siaran yang gambarnya kurang jernih tapi itu tidak mempengaruhi kepuasan saya dalam menonton karna memang siaran tersebut kurang diminati, dan saya memakai dua TV dalam rumah saya dan harganya juga sangat murah hanya ada tambahan sepuluh ribu perTV jadi saya hanya membayar lima puluh ribu perbulannya untuk dua TV. Saya merekomendasikan TV kabel SWA TV kepada orang lain

---

<sup>19</sup> Faisal, *Pelanggan, Wawancara*, Palu, 08 juni 2020.

<sup>20</sup> Kurnia, *Pelanggan, Wawancara*, Palu, 13 juni 2020.

<sup>21</sup> Azwar, *Pelanggan, Wawancara*, Palu, 10 juli 2022.

sesuai alasan-alasan yang sudah saya katakan sebelumnya.”<sup>22</sup>

Ibu Nurul Husna:

“Adapun harga yang ditawarkan saya rasa empat puluh ribu perbulan itu mahal tapi karena saya membutuhkan tv kabel maka saya tetapmembayarnya karna TV ini juga bagian darikebutuhan saya”<sup>23</sup>

Dari wawancara diatas dapat dilihat bahwa ada beberapa pelanggan mengatakan bahwa harga yang ditawarkan oleh TV kabel SWA TV ini sudah sangat sesuai dengan kualitas dan jumlah produk siaran yang di tawarkan sebagaimana ubgkpan dari bapak Faisal, Tasdik, Samsudin, dan ibu Kurnia, lain halnya yang diungkapkan oleh Ibu Nurul Husna ia merasa bahwa harga yang ditawarkan oleh TV kabel SWA TV tergolong mahal.

Dari hasil temuan peneliti dengan menggunakan teknik wawancara dan dokumentasi menunjukkan bahwa para pelanggan sudah mersa cukup puas dengan pelayanan yang diberikan oleh TV kabel Swa TV dipengaruhi oleh beberapa hal berikut ini:

#### 1) Kualitas Produk/ Siaran

Kualiatas siaran sangat berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, menjaga dan meningkatkan kualiatas siaran akan mempengaruhi kepuasan pelanggan, karena dengan siaran yang jernih maka harga tidak masalah bagi para pelanggan.

#### 2) Harga

Harga yang diberikan oleh TV kabel SWA TV Rp 45.000 perbulan sudah seauai, sehingga bagi pelanggan hal ini menjadi salah satu alasan mereka merasa puas seperti yang diungkapkan oleh para pelanggan. Hal ini sesuai dengan teori eknomi bahwa “harga berbanding lurus dengan kualitas”

---

<sup>22</sup>Samsudin, *Pelanggan, Wawancara*, Palu, 11 juli 2022.

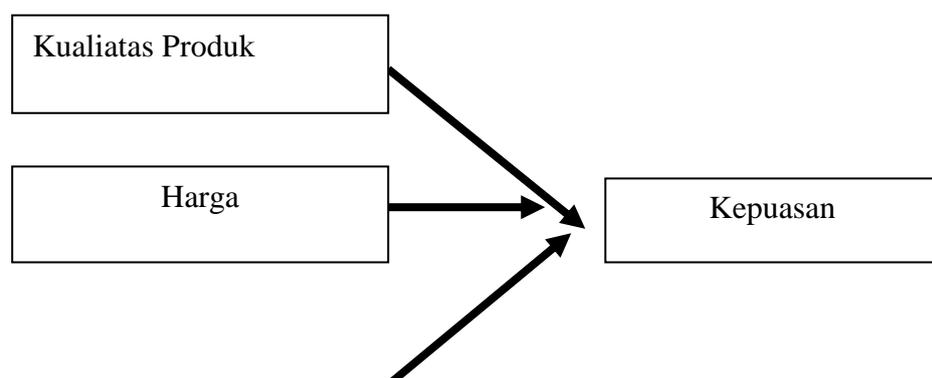
<sup>23</sup>Husna, *Pelanggan, Wawancara*, Palu, 11 juli 2020.

yang mana jika kualitas suatu produk baik maka harga yang ditawarkan menjadi tinggi atau mahal, dan begitu sebaliknya jika kualitas produk yang diberikan kurang/ tidak baik maka harga yang ditawarkan akan murah dan perlu diwaspadai jika harga tidak sama dengan kompetitor lainnya maka kemungkinan pelanggan akan pindah ke TV kabel lainnya.

- 3) Pelayanan yang diberikan oleh pihak TV kabel sudah cukup baik bagi para pelanggan, jika ada pelanggan yang mengeluh pihak TV kabel langsung menanggapi dengan baik dari keluhan yang disampaikan, jika terjadi kerusakan signal jelek, signal putus, pemasangan dan lain-lain. Hal inilah yang akan menjadikan rasa pelanggan merasa puas terhadap layanan jasa yang diberikan oleh TV kabel Swa TV. Walaupun memang terkadang TV kabel Swa TV terkadang lambat memperbaiki kerusakan yang terjadi tetapi para pelanggan tidak memperlmasalahkan hal tersebut karna mungkin ada kendala kendala yang terjadi seperti cuaca yang kurang baik, teknisi yang sakit, kendaraan yang rusak, banyaknya pelanggan yang mengalami kerusakan diwaktu yang bersamaan dan lain sebagainya hal ini tidak masalah bagi para pelanggan.

### *C. Tingkat Kepuasan Pelanggan perspektif Ekonomi Islam*

**Gambar 4.1**  
**Skema Kepuasan Pelanggan SWA TV**



Pelayanan
-----------

Bagi setiap perusahaan untuk mencapai tingkat kepuasan harus mempertimbangkan beberapa hal yaitu barang yang dikonsumsi adalah halal, dan baik bagi pelanggannya, maka Islam mengajarkan dalam berbisnis harus memiliki prinsip-prinsip syariah dalam menggapai keuntungan dunia maupun akhirat. Seperti dibawah ini:

### 1. *Al-Adl*

Islam telah mengharamkan setiap hubungan bisnis atau usaha yang mengandung kedzaliman dan mewajibkan terpenuhinya keadilan yang terapkan dalam hubungan usaha dan kontrak-kontrak serta perjanjian bisnis. Sifat keseimbangan dan keadilan dalam bisnis adalah ketika *corporat* mampu menempatkan segala sesuatu pada tempatnya. Dalam beraktifitas di dunia bisnis, Islam mengharuskan berbuat adil yang diarahkan kepada hak orang lain, hak lingkungan sosial, hak alam semesta. Jadi, keseimbangan alam dan keseimbangan sosial harus tetap terjaga bersamaan dengan operasional usaha bisnis.

Pada saat sebuah perusahaan menetapkan suatu harga, maka akan mendapatkan keuntungan didalamnya. Begitu juga terhadap para pelanggan, mereka juga seharusnya mendapatkan keuntungan dari perusahaan. Perusahaan menerapkan prinsip keadilan atau al-'adl dalam proses harga yang mereka lakukan. Maksud adil disini adalah harga tersebut sesuai dengan kualitas produk dan kualitas pelayanan sehingga kedua belah pihak merasa saling diuntungkan antara TV kabel SWA TV dan Pelanggannya.

Harga yang ditawarkan oleh TV kabel SWA TV perbulannya kepada para pelanggan itu tidak memberatkan sama sekali kepada para pelanggan berdasarkan hasil wawancara diatas, karena sebelum pelanggan berlangganan TV kabel pihak

SWA TV sudah menawarkan harga terlebih dahulu sehingga para pelanggan melakukan transaksi tanpa ada paksaan.

## **2. *Maslahah (Manfaat)***

Dalam sebuah perusahaan harus memperhatikan *maslahah* bagi para pelanggannya yakni:

- a. Kegiatan produksi harus dilandasi nilai-nilai Islam dan sesuai dengan kemaslahatannya.
- b. Produksi harus memproduksi kebutuhan dan manfaat bagi pelanggan

TV kabel SWA TV kota Palu telah memberikan manfaat terkait kualitas produk berupa siaran-siaran yang bermanfaat seperti religi, edukasi untuk anak-anak, olahraga, hiburan dan lain sebagainya yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan yang diinginkan oleh pelanggan. Berdasarkan uraian tersebut, bisa dilihat bahwa TV kabel SWA TV telah memenuhi prinsip manfaat, yang dapat dirasakan oleh pelanggan secara umum.

## **3. *Ta'awun (Tolong menolong)***

Sikap saling peduli dan tolong menolong dalam membantu masyarakat dengan adanya TV kabel maka masyarakat mudah untuk mengakses informasi, mencari hiburan yang dibutuhkan saat lelah dalam bekerja atau beraktivitas dengan menonton siaran sesuai kebutuhan dan yang diinginkan masyarakat.

## **4. *Amanah***

Dalam usaha bisnis, konsep amanah merupakan niat dan ikhtikad yang perlu diperhatikan terkait dengan pengelolaan sebuah pelayanan dalam sebuah perusahaan.

Pelayanan sebuah perusahaan adalah untuk menunjukkan rasa tanggung jawab perusahaan terhadap pelanggannya. TV kabel SWA TV Kota Palu telah menunjukkan tanggung jawabnya dengan memberikan kualitas pelayanan yang

maksimal mereka berikan, memang diantara para pelanggan ada yang mengeluh terhadap pelayanan yang lambat diberikan oleh TV kabel atas keluhan mereka, tapi itu semua tidak terlepas dari halangan atau hambatan yang mereka temui saat dilapangan seperti cuaca buruk, lokasi yang jauh tapi pihak TV kabel SWA TV tetap menjalankan amanah mereka terhadap para pelanggan. Ini sudah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

### **5. *Khidmah* (Rendah Hati)**

Para kariawan dan pengelola TV kabel SWA TV dalam menjalankan aktivitas sehari-hari mereka terhadap pelanggan mereka bertutur kata yang baik saat bertemu pelanggan, disaat datang menagih, melayani keluhan dan menerima keluhan sebagaimana hasil wawancara diatas, ini sudah sesuai dengan etika ekonomi Islam.

### **6. Kejujuran**

Merupakan sikap yang tidak berbohong dan ingkar janji. Karena pada dasarnya sifat jujur akan membawa kepada kebaikan. Pelayanan, harga dan jumlah produk yang ditawarkan oleh TV kabel kepada para pelanggan sudah dirasakan para pelanggan pada umumnya, seperti harga yang ditawarkan sesuai dengan yang dibayarkan perbulan, pelayanan dalam menangani keluhan sesuai apa yang diinginkan pelanggan, jumlah dan kualitas gambar dan siaran sesuai yang ditawarkan dan apa yang dirasakan. Memang dari hasil wawancara ada beberapa hal yang didapatkan seperti diantaranya siaran-siaran ada yang gambarnya kurang bagus ini tidak menjadi masalah bagi para pelanggan karena siaran-siaran tersebut bukan kebutuhan mereka, dan jika itu adalah siaran yang dibutuhkan para pelanggan maka pihak TV kabel SWA TV akan langsung memperbaikinya. Hal ini sudah sesuai dengan prinsip ekonomi Islam.

Kepuasan merupakan suatu akibat terpenuhinya suatu keinginan, sedangkan masalah merupakan suatu akibat atas terpenuhinya suatu kebutuhan

atau fitrah. Meskipun demikian, terpenuhinya suatu kebutuhan juga akan memberikan kepuasan terutama jika kebutuhan tersebut disadari dan diinginkan.<sup>24</sup>

Dari uraian diatas ditarik kesimpulan bahwa kepuasan konsumen/pelanggan menurut ekonomi Islam berkaitan erat dengan terpenuhinya kebutuhan, keinginan, manfaat, keadilan, ta'awun, amanah, khidmah dan kejujuran.

---

<sup>24</sup> Zaki Fuas Chalil, *Pemerataan Distribusi Kekayaan dalam Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Erlangga, 2016) 132.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### ***A. Kesimpulan***

Dari penjelasan yang penulis paparkan dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Berdasarkan data hasil penelitian yang telah peneliti lakukan tentang analisis kepuasan pelanggan dalam berlangganan TV kabel Swa TV kota Palu perspektif ekonomi islam, konsumen merasa puas terhadap TV kabel Swa TV.
2. Kepuasan Pelanggan terhadap TV kabel Swa TV ditinjau dari perspektif ekonomi Islam telah sesuai dengan ekonomi Islam karena kepuasan konsumen didalam ekonomi Islam adalah masalah ( segala sesuatu yang mendtangkan manfaat) dimana islam sangat mementingkan keseimbangan kebutuhan fisik dan non fisik yang didasarkan atas nilai-nilai syariah berkaitan erat dengan terpenuhunya kebutuhan, keinginan, manfaat, keadilan, ta'awun, amanah, khidmah dan kejujuran.

#### ***B. Saran***

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka peneliti akan memberikan saran lebih baik kedepannya:

1. Kualiatas siaran yang sudah ada tetap dipertahankan
2. Tingkatkan lagi ketepatan waktu teknisi dalam pelayanan terhadap konsumen.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Mustaq. *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2010).
- Al Arif, M. Nur Rianto . *Pengantar Ekonomi Syariah Teori dan Praktik* (Cet. II; Bandung: Pustaka Setia, 2017).
- Alma, Buchari .*Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung:Alfabet, 2016).
- Amru, M. Kadafi,Heny K Daryanto dan Bunasor Sanim, Strategi Peningkatan Daya Saing TV Kabel Lokal (Studi Kasus PT DKM).
- Amrullah, Hafizh, “Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan PT Tepian Multimedia Samarinda”, *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol.5, No.03, (Samarinda:UniversitasMulawarman, 2018)
- Ardioanto , Elvinaro dan Bambang Q-Aness, *Filsafat Ilmu Komunikasi*,(Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2009).
- Arifin, Johan. *Etika Bisnis Islam*, (Semarang: Walisongo Press,2009).
- Arikonto, Suharsimi . *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta 2002).
- Armanto, Ichsan Dwi. “Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome Triple Play” *Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 7, No 3, 2018, 1282-1309
- Aziz, Fathul Aminudin .*Manajemen dalam Perspektif Islam* (Cilacap: Pustaka El Bayan, 2012).
- Budiarto , Dr. Eko dan Dr. Dewi Anggraeni, *Pengantar Epidomologi* (Ed.2; Jakarta: Penerbit Buku Kedokteran EGC).
- Daryanto dan Ismanto Setyabudi, *Konsumen dan Pelayanan Prima* ( Yogyakarta: Gava Media,2014).
- Djamal , Hadijanto dan Andi Fachrudin, *Dasar Dasar Penyiaran*, (Jakarta: Kencana, 2013).
- Dr. Mamik, *Metodologi Kualitatif* (Cet; 1; Taman Sidoarjo, Zifatama Publisher, (2015).
- Enterprise , Jubilee. *Rahasia Menjadi Jago Download*. (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2010.)
- Fachruddin,Andi.*Journalism today* (Cat.1; Jakarta: Kencana 2019).
- Hendry Simamora. *Manajemen Sumber daya Manusia*, (Edisi 3; Yogyakarta:STIE YKPN, 2004).
- Imam Gunawan, *Metode PenelitianKualitatif Teori dan Praktik* (Jakarta: Bumi Aksara, 2013).

- J. Moleong, Lexy. *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT.Remaja Rosdakarya 2002).
- Khasanah, Uswatun. *Pengantar Microteaching* (Cet; 1 Yogyakarta: Deepublish, 2020).
- Koenjaningrat, *Metode-Metode Penelitian Masyarakat* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1985).
- Kusnawan, Asep. et al., eds., *Komunikasi Penyiaran Islam*, (Bandung: Benang Merah Perss, 2004).
- Laksmana Fajar .*Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008).
- Lopiyoadi, Rambat . *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001).
- Mardiana , Irma dan R. Nurafni Rubiyani."Analisis Kepuasan Pelanggan Berdasarkan Dimensi Metode Importance Performance Analysis ( Studi Pada Indihome Witel Bandung)" *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, Vol. 11, No 1. April 2017, 47-58.
- Marison, *Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio dan Televisi* (Tangerang: Ramdina Prakarsa, 2005).
- Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia*,(Cet 9; Jakarta: Bumi Aksara, 2010).
- Moh. Nazir, *Metode Penelitian* (Jakarta: Ghia Indonesia, 1998).
- Nurdin, et al., Pengaruh Pelayanan *Mobile Benking* Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN PALU), *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah* vol. 2 No.1 Tahun 2020, 93
- Nurdin, et al.,” *Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu)* *Jurnal ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah* Vol. 2 No 1 Tahun 2020, 87-104
- Nurhadi, *et al., eds., Metode Penelitian Ekonomi Islam* (Bandung: Media Sains Indonesia, 2021).
- Rafon, Pengelola SWA TV, Wawancara dilakukan penuli pada 09-11-21
- Sudaryono, *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi* ,(Edisi. 1; Yogyakarta: Andi Offset, 2016).
- Sugiyono, *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2014).
- Suhartini, Eka *Kualitas Pelayanan Kaitannya dengan Kepuasan Konsumen*, (Makassar: Alauddin Pers, 2012).
- Sunyoto, Danang . *Teori Kuesioner dan Analisis Data Untuk Peamasaran dan Prilaku KONsumen*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013).

- Supranto, “*Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikan Pangsa Pasar*”, (Jakarta: Rineka Cipta, 2011).
- Tarmizi, Dr. Erwandi *Harta Haram Muamalat Kontemporer* (Cet. 23; Bogor: PT. Berkat Muliaainsani, 2020).
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, *Service, Quality, dan Satisfaction* (Yogyakarta: Andi, 2016).
- Tjiptono, Fandy. *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2005).
- Tjiptono, Fandy . *Manajemen Jasa*, (edisi. IV; Yogyakarta: Andi Offset, 2006).
- Umrati dan Hengki Wijaya, *Analisis Data Kualitatif Teori Konsep Dalam Penelitian Pendidikan* (Makassar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray, 2020).
- Undang- undang Penyiaran 2002, (Jakarta: Sinar Grafika, 2006).
- Wiratmaj, Rochiawati . *Metode Penelitian Tingkat Kelas* (Bandung: Rosda Karya 2007).
- Yunarti , Vinna Sri. *Prilaku Konsumen teori dan Prakti*, (Cetakan 1; Bandung: CV. Pustaka Setia, 2015).

## **PEDOMAN WAWANCARA**

### **1. Pelanggan**

- a. Berapa lama anda berlangganan di TV kabel SWA TV?
- b. Menurut anda, bagaimana siaran yang ditayangkan oleh TV kabel SWA TV?
- c. Apakah TV kabel SWA TV menayangkan siaran kesukaan anda?
- d. Bagaimana dengan pelayanan yang diberikan?
- e. Apakah karyawan menggunakan tutur kata yang sopan ?
- f. Apakah anda merekomendasikan TV kabel SWA TV kepada orang lain?
- g. Bagaimana dengan harga yang ditawarkan oleh TV kabel SWA TV perbulannya?
- h. Menurut anda apakah harga yang diberikan oleh TV kabel SWA TV sudah sesuai dengan produknya?
- i. Bagaimana kualitas produk yang diberikan TV kabel yang anda rasakan?
- j. Apakah keluhan anda di respon oleh pengelola TV kabel SWA TV?

### **2. Pemilik TV kabel SWA TV**

- a. Apa yang anda pahami tentang pelayanan khususnya pelayanan siaran TV kabel ?
- b. Bagaimana cara anda melayani pelanggan dengan baik?
- c. Apakah siaran TV kabel SWA TV sudah sesuai dengan keinginan para pelanggan?
- d. Bagaimana pengelola TV kabel SWA TV dalam menerima keluhan pelanggan?
- e. Bagaimana cara pengelola TV kabel SWA TV mempertahankan pelanggan?
- f. Apakah pengelola TV kabel SWA TV sudah memberikan pelayanan yang baik kepada para pelanggan?



Nomor : 1043 / Un.24 / F.IV / PP.00.9 / 05 / 2022  
Sifat : Penting  
Lampiran : -  
Hal : Izin Penelitian

10 Mei 2022

Yth.

**Pimpinan Tv Kabel SWA Tv**  
di -  
Tempat

*Assalamu Alaikum Wr. Wb.*

Dengan hormat disampaikan bahwa mahasiswa (i) yang tersebut di bawah ini :

Nama : Moh. Ibnu Qalbu  
NIM : 18.3.12.0169  
TTL : Sibado, 06 Agustus 1998  
Semester : VIII  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Prodi : Ekonomi Syariah  
Alamat : Jl. Merpati

Untuk melakukan penelitian dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul: **Analisis kepuasan pelanggan dalam berlangganan Tv Kabel SWA Tv Kota Palu perspektif ekonomi islam**

Dosen Pembimbing :

1. Nursyamsu, S.H.I., M.S.I.
2. Muhammad Syafaat, MSA

Untuk maksud tersebut diharapkan kiranya kepada yang bersangkutan dapat diberikan izin untuk melakukan penelitian di TV Kabel SWA Tv

Demikian kami sampaikan, atas bantuan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

*Wassalam.*

Dekan,  
  
**Dr. H. Hilal Malarangan, M.H.I.**  
NIP. 19650505 199903 1 002



**KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALU  
NOMOR : 390 TAHUN 2021**

TENTANG

**PENUNJUKAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN PALU  
TAHUN AKADEMIK 2020/2021**

- Membaca : Surat saudara : **Moh. Ibnu Qalbu / NIM 18.3.12.0169** mahasiswa jurusan **Ekonomi Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palu, tentang pembimbingan penulisan skripsi pada program Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palu dengan judul skripsi : **Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan TV Kabel Dalam Berlangganan SWA TV Kota Palu Perspektif Ekonomi Islam**
- Menimbang : a. Bahwa untuk kelancaran pelaksanaan pembimbingan skripsi tersebut, dipandang perlu untuk menunjuk dosen pembimbing mahasiswa yang bersangkutan.  
b. Bahwa mereka yang namanya tercantum dalam keputusan ini dipandang cakap dan mampu melaksanakan tugas pembimbingan tersebut.  
c. Bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana pada huruf a dan b tersebut, dipandang perlu menetapkan Keputusan Dekan dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palu.
- Mengingat : 1. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;  
2. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;  
3. Peraturan Pemerintah Nomor 32 Tahun 2013 tentang Standar Pendidikan Nasional  
4. Peraturan Presiden Nomor 51 Tahun 2013 tentang Perubahan STAIN Palu menjadi IAIN Palu;  
5. Peraturan Menteri Agama Nomor 92 Tahun 2013 tentang Susunan Organisasi dan Tata Kerja IAIN Palu;  
6. Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor In.18/R/KP/07.6/73/2014 tentang Pengangkatan Wakil Rektor dan Dekan di Lingkungan IAIN Palu.  
7. Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Agama Nomor 47 Tahun 2015 tentang Statuta Insitut Agama Islam Negeri Palu

**MEMUTUSKAN**

- Menetapkan : KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALU TENTANG PENUNJUKAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN PALU TAHUN AKADEMIK 2020/2021
- Pertama : 1. **Nur Syamsu, S.H.I., M.S.I.** (Pembimbing I)  
2. **Muhammad Syafaat, MSA** (Pembimbing II)
- Kedua : Pembimbing I bertugas memberikan bimbingan berkaitan dengan substansi/isi skripsi.  
Pembimbing II bertugas memberikan bimbingan berkaitan dengan metodologi penulisan skripsi.
- Ketiga : Segala biaya yang timbul sebagai akibat dikeluarkannya Keputusan ini, dibebankan pada anggaran DIPA IAIN Palu Tahun Anggaran 2021.
- Keempat : Jangka waktu penyelesaian skripsi dimaksud selambat-lambatnya 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal ditetapkannya Keputusan ini.
- Kelima : Segala sesuatu akan diubah dan diperbaiki sebagaimana mestinya, apabila di kemudian hari terdapat kekeliruan dalam penetapan Keputusan ini.

SALINAN : Keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk diketahui dan dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Palu  
Pada Tanggal : 27 APRIL . 2021

Dekan,



**Dr. H. Hilal Malarangan, M.H.I**  
NIP. 19650505 199903 1 002

**Tembusan :**

1. Rektor IAIN Palu;
2. Wakil Dekan Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palu;
3. Dosen Pembimbing yang bersangkutan;
4. Mahasiswa yang bersangkutan;



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALU

الجامعة الإسلامية الحكومية فالو

STATE INSTITUTE FOR ISLAMIC STUDIES PALU  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Diponegoro No.23 Palu. Telp. 0451-460798, Fax. 0451-460165.  
Website : [www.iainpalu.ac.id](http://www.iainpalu.ac.id) email: [humas@iainpalu.ac.id](mailto:humas@iainpalu.ac.id)

**PENGAJUAN JUDUL SKRIPSI**

Nama : Moh. Ibnu Cealbu NIM : 183120169  
TTL : Sibada, 06. Agustus. 1998 Jenis Kelamin : Laki-laki  
Jurusan : Ekonomi Syariah Semester : VI (Enam)  
Alamat : Jl. Merpati HP : 082291613503

Judul :

- 26/4/20  
In  
proprietary
- o Judul I  
Sistem Usaha TV Kabel di Kota Palu  
Perspektif Ekonomi Islam
  - o Judul II  
Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan TV Kabel Dalam  
Berlangganan SMD TV Kota Palu Perspektif  
Ekonomi Islam
  - o Judul III  
Strategi Usaha TV Kabel Kota Palu dalam  
Memperbahankan Layakitas Pelanggan Perspektif  
Ekonomi Islam

Palu 26 April 2020  
Mahasiswa,

Moh. Ibnu Cealbu  
NIM 183120169

Telah disetujui penyusunan skripsi dengan catatan :

Pembimbing I : Nurhayati - S.H. M.Si

Pembimbing II : Nur Syarif - S.E. M.Ak

a.n. Dekan  
Wakil Dekan Bidang Akademik  
Dan Pengembangan Kelembagaan,

Nurdin, S.Pd., S.Sos., M.Com., Ph.D  
NIP. 196903011999031005

Ketua Jurusan,

Dr. Setti Mulyahidah, M.Th.  
NIP. 196707101999082005

## GAMBAR WAWANCARA

- A. Wawancara dengan pengelola TV Kabel bapak Rafon mengenai pelayanan yang diberikan TV kabel terhadap para pelanggan



**B. Wawancara dengan bapak Tasdik pelanggan TV Kabel mengenai kepuasan dalam memakai TV Kabel pada tanggal 08 Juni 2022**



**C. Wawancara dengan bapak Faisal pelanggan TV Kabel mengenai kepuasan dalam memakai TV Kabel pada tanggal 08 Juni 2022**



**D. Wawancara dengan ibu Kurnia pelanggan TV Kabel mengenai kepuasan dalam memakai TV Kabel pada tanggal 13 Juni 2022**



**E. Wawancara dengan bapak Azwar pelanggan TV Kabel mengenai kepuasan dalam memakai TV Kabel pada tanggal 10 Juli 2022**



**F. Wawancara dengan bapak Samsudin pelanggan TV Kabel mengenai kepuasan dalam memakai TV Kabel pada tanggal 11 Juli 2022**



**G. Wawancara dengan Ibu Husna pelanggan TV Kabel mengenai kepuasan dalam memakai TV Kabel pada tanggal 11 Juli 2022**



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. Identitas Diri

Nama : Moh. Ibnu Qalbu  
Tempat Tanggal Lahir : Sibado, 06 Agustus 1998  
NIM : 18.3.12.0169  
Alamat Rumah : Desa Sibado  
Kecamatan Sirenja  
Kabupaten Donggala  
No. WA : 082291613503  
Nama Ayah : Sukirman Sanan.  
Nama Ibu : Mas' Adi, S.Ag.  
Nama Saudara : Moh Iqbal Qalam  
: Khusnul Khatimah  
: Moh Arrayan  
: Nurul Hidayah



### B. Riwayat Pendidikan

1. SD, Tahun lulus : SD 1 Sibado, 2010
2. SMP/MTs, Tahun lulus : Alkhairaat Tompe, 2013
3. SMA/MA, Tahun lulus : SMAN Sirenja, 2016

Palu, 29 Juli 2022 M  
29 Zulhijjah 1443 H

Penulis

**Moh. Ibnu Qalbu**  
**NIM. 18.3.12.0169**