

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS**

#### **2.1 Landasan Teori**

##### **2.1.1 Manajemen Sumber Daya Manusia**

###### **1. Pengertian Manajemen Sumber Daya Manusia**

Sumber Daya Manusia didalam sebuah perusahaan atau organisasi memiliki peran yang sangat penting. Pengelolaan, perencanaan dan pengoorganisasian dilingkungan perusahaan memerlukan Sumber Daya Manusia untuk menjalankan prosesnya. Sumber Daya Manusia atau Karyawan adalah aset perusahaan yang penting untuk di perhatikan perusahaan sekaligus harus dijaga sebaik mungkin. Melihat kondisi diatas manajemen sumber daya manusia sangat dibutuhkan perusahaan untuk mengatur dan mengatasi masalah-masalah yang berhubungan dengan kondisi, tugas dan keadaan sumber daya manusia atau karyawan di dalam sebuah perusahaan.

Manajemen sumber daya manusia dapat didefinisikan sebagai suatu pengelolaan dan pendayagunaan sumber daya yang ada pada individu (pegawai). Pengelolaan dan pendayagunaan tersebut dikembangkan secara maksimal di dalam dunia kerja untuk mencapai tujuan organisasi dan pengembangan individu pegawai.

Menurut A. A. Anwar Prabu Mangkunegara (2013:2), “Manajemen sumber daya manusia merupakan suatu perencanaan, pengorganisasian, pengkoordinasian, pelaksanaan, dan pengawasan terhadap pengadaan, pengembangan, pemberian balas jasa, pengintegrasian, dan pemisahan tenaga kerja dalam rangka mencapai tujuan organisasi”.

Selanjutnya menurut A. F. Stoner yang dikutip oleh Sondang P. Siagian (2016:6), “Manajemen sumber daya manusia yaitu suatu prosedur berkelanjutan yang bertujuan untuk memasok suatu organisasi atau perusahaan dengan orang-orang yang tepat untuk ditempatkan pada posisi dan jabatan yang tepat pada saat organisasi memerlukannya”.

Adapun menurut Malayu S.P. Hasibuan (2011:10), “MSDM adalah ilmu dan seni mengatur hubungan dan peranan tenaga kerja agar efektif dan efisien membantu terwujudnya tujuan perusahaan, karyawan, dan masyarakat”.

## **2. Fungsi Manajemen Sumber Daya Manusia**

Pembahasan terkait manajemen sumber daya manusia menjadi suatu bahasan yang menjadi suatu proses sistematis dan terstruktur untuk menjalankan segala proses pengelolaan yang ada di dalam suatu lingkungan perusahaan. Dengan memiliki pengelolaan yang tersistem maka perusahaan memiliki tujuan yang ingin dicapai dan

di realisasikan melalui pengelolaan sumber daya manusia. Menurut Bintoro dan Daryanto (2017 : 20) kegiatan pengelolaan sumber daya manusia di dalam suatu organisasi dapat diklasifikasikan ke dalam beberapa fungsi, yaitu:

a. Fungsi Perencanaan (*Planning*)

Merupakan fungsi penetapan program-program pengelolaan sumber daya manusia yang akan membantu pencapaian tujuan perusahaan.

b. Fungsi Pengorganisasian (*Organizing*)

Merupakan fungsi penyusunan dan pembentukan suatu organisasi dengan mendesain struktur dan hubungan antar para pekerja dan tugas-tugas yang harus dikerjakan, termasuk menetapkan pembagian tugas, wewenang dan tanggung jawab.

c. Fungsi Pengarahan (*Directing*)

Merupakan fungsi pemberian dorongan pada para pekerja agar dapat dan mampu bekerja secara efektif dan efisien sesuai tujuan yang telah direncanakan.

d. Fungsi Pengendalian (*Controlling*)

Merupakan fungsi pengukuran, pengawasan dan pengendalian terhadap kegiatan-kegiatan yang dilakukan untuk mengetahui sejauh mana rencana yang telah ditetapkan, khususnya di bidang tenaga kerja telah dicapai.

### 3. Tujuan Sumber Daya Manusia

Manajemen sumber daya manusia memiliki tujuan pengelolaan. Menurut Hasibuan, S. P. (2014), perencanaan sumber daya manusia yaitu:

- a. Menentukan kualitas dan kuantitas karyawan yang akan mengisi semua jabatan dalam perusahaan.
- b. Menjamin tersedianya tenaga kerja masa kini maupun masa depan, sehingga setiap pekerjaan ada yang mengerjakan.
- c. Menghindari terjadinya mismanajemen dan tumpang tindih dalam pelaksanaan tugas.
- d. Mempermudah koordinasi, intergeni, dan sinkronisasi sehingga produktivitas kerja meningkat.
- e. Menghindari kekurangan dan/atau kelebihan karyawan.
- f. Menjadi pedoman dalam menetapkan program penarikan, seleksi, pengembangan, kompensasi, pengintegrasian, pemeliharaan, kedisiplinan dan pemberhentian karyawan.

#### 2.1.2 Fasilitas Kerja

##### 1. Pengertian Fasilitas Kerja

Fasilitas kerja yang diberikan pada sebuah organisasi sangatlah penting, fasilitas yang diberikan dapat menunjang pekerjaan cepat selesai dan menjadi lebih maksimal. Fasilitas yang memadai serta lengkap dan sesuai kebutuhan akan menghasilkan hasil kerja yang lebih

baik, maksimal dan memudahkan kinerja para pegawai, selain itu perusahaan atau organisasi lebih mudah mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Fasilitas kerja merupakan sarana pendukung dalam aktivitas perusahaan berbentuk fisik, dan digunakan dalam kegiatan normal perusahaan, memiliki jangka waktu kegunaan yang relatif permanen dan memberikan manfaat untuk masa yang akan datang. Menurut Moenir (1987:197), “Fasilitas adalah sesuatu yang digunakan, dipakai, ditempati dan dinikmati oleh pegawai dalam hubungan langsung dengan pekerjaan maupun untuk kelancaran pekerjaan”. “Fasilitas kerja adalah sebagai sarana yang diberikan perusahaan untuk mendukung jalannya nada perusahaan dalam mencapai tujuan yang ditetapkan oleh pemegang kendali (Bary, 2002:67)”. Arikunto (2015:13) berpendapat, “Fasilitas dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang dapat memudahkan dan memperlancar pelaksanaan segala sesuatu usaha”.

Menurut Ovidiu (2018), Fasilitas kerja adalah suatu perlengkapan kerja yang disediakan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan karyawan dalam menyelesaikan suatu tuntutan pekerjaan. Fasilitas kerja mendukung penyelesaian pekerjaan karyawan dan mempermudah kinerjanya. Adanya fasilitas kerja akan membuat karyawan lebih produktif atau berkinerja lebih baik.

Berdasarkan uraian diatas, dapat disimpulkan pengertian fasilitas kerja adalah sarana prasarana penunjang kerja bagi para karyawan untuk melakukan/menyelesaikan pekerjaan yang diberikan, fasilitas kerja akan berdampak positif bagi proses kerja suatu perusahaan jika fasilitas yang disediakan memadai.

## 2. Macam-macam Fasilitas Kerja

Menurut Barry (2012) macam-macam fasilitas kerja adalah sebagai berikut :

### a. Mendapatkan Reward

Reward pada perusahaan tidak harus berupa benda atau materi namun juga dapat berbentuk pujian atau apa saja yang membuat para karyawan senang. Pimpinan harus memperhatikan pemberian reward untuk membuat kenyamanan dan kepuasan karyawan agar bekerja lebih semangat dan lebih baik.

### b. Memperoleh Insentif yang sesuai

Karyawan yang memiliki kinerja yang baik dapat diberikan bonus guna meningkatkan semangat kerja dan tetap mempunyai kinerja yang baik.

### c. Mendapatkan Lingkungan Kerja Yang Nyaman

Fasilitas merupakan faktor penentu karyawan merasa nyaman dan aman dalam bekerja sehingga berpengaruh terhadap kinerja

karyawan. Fasilitas kerja yang dapat menentukan lingkungan kerja karyawan adalah:

a) Fasilitas Kelengkapan Kerja.

Kelengkapan kerja merupakan semua barang atau benda yang bersifat fisik yang digunakan dalam menunjang pekerjaan cepat selesai, fasilitas perlengkapan mempunyai fungsi sebagai pelancar dan pelengkap alat bantu dalam menyelesaikan pekerjaan.

b) Fasilitas Sosial

Selain kelengkapan kerja sebagai penunjang kerja fasilitas social juga harus diperhatikan bagi organisasi/perusahaan, karena fasilitas social merupakan kebutuhan individu karyawan dalam kehidupan sehari-hari. Fasilitas sosial dalam perusahaan antara lain adanya kamar mandi, kantin, tempat ibadah, penyediaan fasilitas kesehatan, dll.

### 3. Jenis-jenis Fasilitas Kerja

Fasilitas kerja merupakan salah satu alat yang digunakan oleh karyawan untuk memudahkan dalam penyelesaian kerjaan sehari-hari. Fasilitas kerja pada setiap perusahaan akan berbeda dalam bentuk dan jenisnya, tergantung pada jenis usaha dan besar kecilnya

perusahaan tersebut. Menurut Sofyan (2004: 22) fasilitas kerja dalam perusahaan terdiri dari:

- a. Mesin dan peralatan
- b. Prasarana
- c. Perlengkapan kantor
- d. Peralatan inventaris
- e. Tanah dan bangunan
- f. Alat transportasi

#### **4. Indikator Fasilitas Kerja**

Moenir (1987:197-199) membagi fasilitas mejadi 3 golongan, yaitu:

- a. Fasilitas Alat Kerja

Seorang pegawai atau pekerja tidak dapat melakukan pekerjaan yang ditugaskan kepadanya tanpa disertai alat kerja.

Alat kerja ini pun terbagi atas dua jenis yaitu sebagai berikut:

- a) Alat kerja manajemen

Alat kerja manajemen berupa aturan yang menetapkan kewenangan dan kekuasaan dalam menjalankan kewajibannya.

Jadi, dengan alat kewenangan dan kekuasaan itu lah manajemen dapat menjelaskan fungsinya untuk memimpin, mengarahkan, mengatur dan mengawasi pelaksanaan pekerjaan oleh pegawai atau pekerja.



b) Alat kerja operasional

Alat kerja operasional yaitu semua benda atau barang yang berfungsi sebagai alat yang langsung digunakan dalam produksi. Dengan pengertian ini termasuk di dalamnya semua alat kerja di kantor seperti mesin tik, mesin pengganda, mesin penghitung, mesin komputer.

b. Fasilitas Perlengkapan Kerja

Perlengkapan kerja ialah semua benda atau barang yang digunakan dalam pekerjaan tetapi tidak langsung untuk berproduksi, melainkan berfungsi sebagai pelancar dan penyegar dalam pekerjaan. Termasuk dalam perlengkapan kerja ini adalah:

- a) Gedung dengan segala sarana yang diperlukan, termasuk jalan, selokan, air bersih, pembuangan air kotor dan halaman parkir.
- b) Ruang kerja dan ruangan lain yang memadai dengan layout yang efisien.
- c) Penerangan yang cukup.
- d) Mebel yang meliputi meja dan kursi kerja, meja dan kursi tamu, almari dengan segala bentuk dan keperluan, meja serba guna dan segala macam meja kursi lemari yang diperlukan di tempat kerja.

- e) Alat komunikasi berupa telepon, teleks, dan kendaraan bermotor (sebagai perlengkapan kerja) antara lain untuk kurir, antar jemput pegawai.
- f) Alat-alat yang berfungsi untuk penyejar ruangan, seperti kipas angin, air conditioning (AC).
- g) Segala macam peralatan rumah tangga kantor (alat pemasak, alat pencuci, alat pembersih, pecah belah dan lain-lain).

#### c. Fasilitas Sosial

Fasilitas sosial yaitu fasilitas yang digunakan oleh pegawai dan berfungsi sosial. Misalnya penyediaan mess, asrama untuk para pegawai bujangan, rumah jabatan, rumah dinas dan kadang-kadang kendaraan bermotor termasuk juga sebagai fasilitas sosial. Penyediaan dari penggunaan sosial ini tidak mungkin dapat memenuhi kepuasan pegawai, baik dari segi jumlah maupun segi kualitas. Pengaturan yang objektif dan dirasa adil akan sangat membantu kedua belah pihak (organisasi dan pegawai) memperlancar usaha.

Fasilitas yang dimaksud dalam penelitian ini adalah fasilitas kerja fisik yaitu segala sesuatu (kemudahan) yang berupa alat-alat kerja operasional dan perlengkapan operasional kerja yang tersedia untuk mendukung pelaksanaan pekerjaan pegawai kecamatan.

### 2.1.3 Kualitas Pelayanan

#### 1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya dalam mengimbangi harapan konsumen. Mengemukakan pengertian kualitas pelayanan menurut Wyckof yang dikutip oleh Tjiptono dalam buku Manajemen Jasa (2006:59), “Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Apabila atau pelayanan yang diterima atau dirasakan (perceived service) sesuai yang diharapkan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa atau pelayanan yang diterima malampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa atau atau pelayaan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika jasa atau pelayanan yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan buruk.” Adapun definisi lain menurut Tjiptono dalam buku Manajemen Jasa (2006:61) yang menyebutkan bahwa, “Citra kualitas yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi penyedia jasa, melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi pelanggan. Pelangganlah yang mengkonsumsi dan menikmati jasa, sehingga merekalah yang seharusnya menentukan kualitas

pelayanan. Persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa atau pelayanan merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu pelayanan.”

Berdasarkan penjelasan yang dipaparkan diatas maka dapat diindikasikan bahwa sebuah kualitas pelayanan yang diharapkan oleh masyarakat sebagai penerima layanan mengharapkan tingkat keunggulan dari setiap jasa pelayanan yang didapat dari pelayanan yang didapatkan sebelumnya. Bila pelayanan yang diberikan melampaui harapan dari masyarakat pelanggan maka kualitas pelayanan yang diberikan akan mendapatkan persepsi yang ideal dari para penerima pelayanan.

Jadi proses penentuan suatu kualitas pelayanan yang diberikan merupakan penilaian dari penerima jasa berdasarkan sudut pandang dan persepsi pelanggan atas jasa pelayanan yang didapatkan. Persepsi penilaian pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan merupakan penilaian menyeluruh dari suatu penilaian pelayanan yang diberikan sehingga dapat dikatakan bahwa suatu pelayanan yang berkualitas adalah pelayanan yang berdasarkan pada kepuasan pelanggan. Jika suatu kepuasan tercipta maka persepsi suatu pelayanan yang berkualitas akan tumbuh.

Kualitas pelayanan juga digunakan sebagai ukuran seberapa baik tingkat pelayanan yang diberikan mampu sesuai dengan harapan konsumen. Beberapa faktor kualitas pelayanan yaitu kualitas

pelayanan publik yang merupakan hasil kombinasi dari berbagai aspek seperti sistem pelayanan, sumber daya manusia pemberi pelayanan, strategi dan pelanggan, dan pelayanan merupakan produk yang tak kasat mata yang melibatkan manusia dan peralatan.

Sebuah jasa atau produk tunggal tidak dapat memenuhi kebutuhan semua pelanggan, tetapi dapat memenuhi kebutuhan pelanggan yang spesifik. Dengan kondisi tersebut maka diperlukan kualitas pelayanan yang baik agar pelanggan bisa merasa puas terhadap apa yang diinginkannya. Pengertian atau definisi kualitas itu sendiri menurut J. Supranto (2001 : 285) adalah “sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik”.

Sedangkan Ibrahim Buddy (2000 : 1) mendefinisikan bahwa kualitas adalah suatu strategi dasar bisnis yang menghasilkan barang dan jasa yang memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen internal dan eksternal, secara eksplisit dan implisit. Strategi kualitas ini menggunakan dan memerlukan kemampuan sumber daya manajemen pengetahuan, kompetensi inti, modal, teknologi, peralatan, material, sistem dan manusia perusahaan untuk menghasilkan barang atau jasa bernilai tambah bagi manfaat masyarakat serta memberikan keuntungan kepada pemegang saham. Selain itu keunggulan suatu produk jasa tergantung dari keunikan

yaitu apakah sudah sesuai dengan harapan dan keinginan pelanggan atau tidak.

Salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan. Interaksi antara penyedia jasa dan pelanggan merupakan ciri khusus dalam pemasaran jasa. Keduanya mempengaruhi hasil dari jasa tersebut.

## **2. Indikator Kualitas Pelayanan**

Pada dasarnya, kualitas pelayanan berfokus kepada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Dengan kata lain, terdapat faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu jasa yang diharapkan dan jasa yang dipersepsikan.

Ada lima jenis dimensi dalam kualitas pelayanan atau servis menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2011:182), yakni sebagai berikut:

### **a. Bukti Fisik (*Tangible*)**

Suatu bentuk kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya terhadap pelanggan atau pihak eksternal. Bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa adalah penampilan dan kemampuan sarana ataupun prasarana yang dimiliki oleh perusahaan serta keadaan lingkungan sekitarnya.

Dalam hal ini perusahaan harus mampu secara nyata menunjukkan kelebihan mereka seperti fasilitas gedung perkantoran, layout ruangan, penampilan pegawainya dan penunjang lainnya.

b. Keandalan (*Reliability*)

Kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan secara akurat dan terpercaya sesuai dengan yang dijanjikan. Hal ini dapat meliputi ketepatan melayani, tidak ceroboh, dan akurat. Kinerja yang diberikan oleh pemberi jasa harus sesuai dengan harapan pelanggan yang telah disepakati bersama, misalnya dalam memenuhi janji konsumen.

c. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan. Misalnya menyampaikan informasi yang jelas kepada konsumen dan tidak membiarkannya menunggu sesuatu tanpa memberikan alasan yang jelas karena hal tersebut akan menimbulkan persepsi yang negatif terhadap kualitas pelayanan yang mereka terima.

d. Jaminan (*Assurance*)

Pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan dalam menumbuhkan rasa kepercayaan yang tinggi dan tidak ragu-ragu terhadap perusahaan tersebut.

e. Empati (*Empathy*)

Kemampuan perusahaan memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi kepada para pelanggan dengan harapan dapat mengetahui segala keinginan dan kebutuhan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memenuhi kebutuhan pelanggan secara spesifik serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

### 3. Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan

Pelanggan menggunakan harapannya sebagai acuan dalam melakukan evaluasi. Berikut ini adalah faktor-faktor yang mempengaruhi harapan pelanggan menurut Fandy Tjiptono (2010) dalam Sulaeman (2015) adalah:

- a. Kebutuhan dan keinginan yang berkaitan dengan hal-hal yang dirasakan pelanggan ketika sedang melakukan transaksi dengan perusahaan.
- b. Pengalaman masa lampau ketika mengkonsumsi jasa dari perusahaan lain.
- c. Pengalaman dari orang lain yang menceritakan kualitas jasa yang telah dibeli oleh pelanggan tersebut.
- d. Komunikasi melalui iklan dan pemasaran lainnya mempengaruhi persepsi pelanggan.



#### 4. Cara Meningkatkan Kualitas Pelayanan

Banyak cara yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan, diantaranya adalah dengan melakukan evaluasi dan perbaikan-perbaikan yang dilakukan secara berkala. Beberapa cara yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan adalah sebagai berikut:

##### a. Mendapatkan Umpan Balik Dari Pelanggan

Banyak cara yang dapat dilakukan untuk mendapatkan feedback dari pelanggan, diantaranya seperti mengadakan survei kepada pelanggan dan follow up kepada pelanggan setelah memberikan pelayanan, cara ini dapat dilakukan melalui email. Cara lainnya adalah uji coba produk kepada pelanggan, aktif di sosial media, memberikan diskon atau benefitlain kepada pelanggan atas penghargaan masukan yang telah diberikan, serta memanfaatkan teknologi untuk memantau perkembangan usaha seperti melalui website, google analytics, dan lain sebagainya.

##### b. Melakukan Evaluasi Perusahaan

Cara-cara yang dapat dilakukan untuk melakukan evaluasi diantaranya adalah melalui survei dengan cara berfokus pada hal-hal yang paling penting untuk diketahui. Survei dapat dilakukan untuk mengetahui rasa empati atau kepedulian kepada pelanggan, mengukur tingkat kemampuan suatu perusahaan terkait

kehandalan dan cepat tanggap, serta mengetahui pelayanan dan kualitas produk berdasarkan pengalaman konsumen secara langsung seperti fungsi produk, tingkat kebersihan, penampilan karyawan, dan lain sebagainya.

c. **Memperbaiki Pelayanan Perusahaan**

Memperbaiki kualitas pelayanan dapat dilakukan dengan cara memberikan standar pelayanan perusahaan yang jelas kepada karyawan, melatih karyawan agar menjadi seseorang yang bertanggung jawab, cepat tanggap, dan memiliki etos kerja yang tinggi. Jika memungkinkan, dapat dengan memberikan bonus kepada karyawan yang berprestasi. Selain itu, memberikan kemudahan kepada pelanggan dalam menyampaikan masukannya adalah hal yang perlu untuk dilakukan. Namun akan lebih baik apabila semua usaha perbaikan kualitas pelayanan perusahaan ini agar dilakukan secara berkelanjutan.

## **2.1.4 Lingkungan Kerja**

### **1. Pengertian Lingkungan Kerja**

Lingkungan kerja adalah sesuatu yang ada di sekitar para pekerja dan yang memengaruhi dirinya dalam menjalankan tugas-tugas yang dibebankan (Nitisemito, 1992). Perusahaan hendaknya dapat mencerminkan kondisi yang mendukung kerjasama antara tingkat atasan, bawahan maupun yang memiliki status jabatan yang sama di

perusahaan. Kondisi yang hendaknya diciptakan adalah suasana kekeluargaan, komunikasi yang baik dan pengendalian diri. Lingkungan kerja dapat diartikan sebagai kekuatan yang memengaruhi, baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap kinerja organisasi atau perusahaan (Terry, 2006).

Schultz & Schultz (2006) mengartikan lingkungan kerja sebagai suatu kondisi yang berkaitan dengan ciri-ciri tempat bekerja terhadap perilaku dan sikap karyawan dimana hal tersebut berhubungan dengan terjadinya perubahan-perubahan psikologis karena hal-hal yang dialami dalam pekerjaannya atau dalam keadaan tertentu yang harus terus diperhatikan oleh organisasi yang mencakup kebosanan kerja, pekerjaan yang monoton dan kelelahan. Sedangkan Sedarmayati (2009) memberikan pendapat bahwa lingkungan kerja adalah sebagai keseluruhan alat perkakas dan bahan yang dihadapi, lingkungan sekitar dimana seseorang bekerja, metode kerjanya, serta pengaturan kerjanya baik sebagai perseorangan maupun sebagai kelompok.

Berdasarkan beberapa definisi menurut para ahli tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa lingkungan kerja adalah segala sesuatu yang berada di sekitar tempat kerja karyawan, baik yang bersifat fisik maupun non-fisik yang dapat mendukung kinerja seorang karyawan dalam menjalankan tugas-tugas yang dibebankan kepadanya. Ruang

kerja yang bersih, nyaman, dan kondusif diharapkan akan mendukung kinerja seorang karyawan. Selain lingkungan kerja fisik, lingkungan kerja non-fisik berupa hubungan sosial dengan rekan kerja dan atasan juga memiliki pengaruh terhadap kinerja karyawan dalam perusahaan.

## **2. Indikator Lingkungan Kerja**

Indikator lingkungan kerja yang dikemukakan oleh Nitisemito (1992) yaitu sebagai berikut:

### **a. Suasana Kerja**

Suasana kerja adalah kondisi yang ada disekitar karyawan yang sedang melakukan pekerjaan yang dapat memengaruhi pelaksanaan pekerjaan itu sendiri. Suasana kerja ini akan meliputi tempat kerja, fasilitas dan alat bantu pekerjaan, kebersihan, pencahayaan, ketenangan termasuk juga hubungan kerja antara orang-orang yang ada ditempat tersebut (Saydam, 1996).

### **b. Hubungan Dengan Rekan Kerja**

Hubungan dengan rekan kerja yaitu hubungan dengan rekan kerja harmonis dan tanpa ada saling intrik diantara sesama rekan sekerja. Salah satu faktor yang dapat memengaruhi karyawan tetap tinggal dalam satu organisasi adalah adanya hubungan yang harmonis diantara rekan kerja.

c. Hubungan Antara Bawahan Dengan Pimpinan

Hubungan antara karyawan dengan pimpinan yaitu hubungan dengan karyawan yang baik dan harmonis dengan pimpinan tempat kerja. Hubungan yang baik dan harmonis dengan pimpinan tempat kerja merupakan faktor penting yang dapat memengaruhi kinerja karyawan.

d. Tersedianya Fasilitas Kerja

Hal ini dimaksudkan bahwa peralatan yang digunakan untuk mendukung kelancaran kerja lengkap/mutakhir. Tersedianya fasilitas kerja yang lengkap, walaupun tidak baru merupakan salah satu penunjang proses dalam bekerja.

### 3. Faktor Yang Memengaruhi Lingkungan Kerja

Faktor-faktor lingkungan kerja yang diuraikan oleh Nitisemito (1992) yang dapat memengaruhi terbentuknya suatu kondisi lingkungan kerja dikaitkan dengan kemampuan karyawan, diantaranya:

a. Warna

Merupakan faktor yang penting untuk memperbesar efisiensi kerja para karyawan. Khususnya warna akan memengaruhi keadaan jiwa mereka. Dengan memakai warna yang tepat pada dinding ruangan dan alat-alat lainnya, kegembiraan dan ketenangan bekerja para karyawan akan terpelihara.

b. Kebersihan Lingkungan Kerja

Kebersihan lingkungan kerja secara tidak langsung dapat memengaruhi seseorang dalam bekerja, karena apabila lingkungan kerja bersih maka karyawan akan merasa nyaman dalam melakukan pekerjaannya.

c. Penerangan

Penerangan dalam hal ini bukan terbatas pada penerangan listrik saja, tetapi juga penerangan sinar matahari. Dalam melaksanakan tugas karyawan membutuhkan penerangan yang cukup, apabila pekerjaan yang dilakukan tersebut menuntut ketelitian.

d. Pertukaran Udara

Pertukaran udara yang cukup dari ventilasi udara yang tersedia akan meningkatkan kesegaran fisik para karyawan. Selain ventilasi, konstruksi gedung dapat berpengaruh pula pada pertukaran udara. Misalnya gedung yang mempunyai atap tinggi akan menimbulkan pertukaran udara yang lebih baik dari pada gedung yang mempunyai atap rendah. Hal lain yang perlu menjadi perhatian adalah volume ruangan harus sebanding dengan jumlah karyawan yang ada agar pertukaran udara yang berlangsung lebih baik.

e. Jaminan Terhadap Keamanan Menimbulkan Ketenangan

Keamanan akan keselamatan diri sendiri sering ditafsirkan terbatas pada keselamatan kerja, padahal lebih luas dari itu termasuk di sini keamanan milik pribadi karyawan dan juga konstruksi gedung tempat mereka bekerja. Sehingga akan menimbulkan ketenangan yang akan mendorong karyawan dalam bekerja.

f. Kebisingan

Merupakan suatu gangguan terhadap seseorang karena adanya kebisingan, maka konsentrasi dalam bekerja akan terganggu. Dengan terganggunya konsentrasi ini maka pekerjaan yang dilakukan akan banyak menimbulkan kesalahan atau kerusakan. Hal ini jelas akan menimbulkan kerugian.

g. Tata Ruang

Merupakan penataan ruang yang ada di dalam ruang kerja yang biasa memengaruhi kenyamanan karyawan dalam bekerja.

Tersedianya sarana dan prasarana seperti transportasi, listrik, dan air. Pemilihan lokasi usaha apakah dekat dengan pusat pemerintahan. Pemilihan lokasi usaha apakah dekat dengan lembaga keuangan. Pemilihan lokasi usaha apakah berada di kawasan industri. Kemudahan untuk melakukan ekspansi atau perluasan di kemudian hari. Kondisi adat dan istiadat, budaya, atau

sikap masyarakat setempat dan hukum yang berlaku di wilayah tersebut juga perlu menjadi pertimbangan dalam pemilihan lokasi.

Penilaian lokasi yang tepat akan memberikan berbagai keuntungan bagi perusahaan, baik dari segi finansial maupun non finansial. Keuntungan bagi perusahaan dengan menentukan lokasi yang tepat menurut Kasmir dan Jakfar (2014) antara lain :

- a. Pelayanan yang diberikan kepada konsumen dapat lebih memuaskan
- b. Kemudahan dalam memperoleh tenaga kerja yang diinginkan baik jumlah maupun kualifikasinya
- c. Kemudahan dalam memperoleh bahan baku maupun bahan penolong dalam jumlah yang diinginkan secara terus-menerus
- d. Kemudahan untuk memperoleh lokasi usaha, karena biasanya sudah diperhitungkan untuk perluasan usaha sewaktu-waktu
- e. Memiliki nilai atau harga ekonomis yang tinggi di masa yang akan datang
- f. Meminimalkan terjadi konflik terutama dengan masyarakat atau warga sekitar.

## **2.1.5 Keputusan Konsumen**

### **1. Pengertian Keputusan Konsumen**

Pemahaman mengenai keputusan pembelian konsumen meliputi bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli,



menggunakan dan tidak menggunakan barang atau jasa. Memahami konsumen tidaklah mudah karena setiap konsumen memutuskan pembelian tertentu yang berbeda-beda dan sangat bervariasi.

Menurut Kotler dalam Teguh dan Ronny (2002:204), Keputusan pembelian merupakan serangkaian proses yang dilalui konsumen dalam memutuskan tindakan pembelian. Kotler (2001:28) mengatakan ada lima proses pengambilan keputusan yang dilalui konsumen dalam melakukan keputusan pembelian adapun diantaranya adalah :

a. Pengenalan Masalah

Proses pembelian dimulai dengan pengenalan masalah atau kebutuhan. Jika kebutuhan diketahui maka konsumen akan serta memahami kebutuhan yang belum perlu segera dipenuhi atau masalah dapat ditunda pemenuhannya, serta kebutuhan yang sama-sama harus segera dipenuhi. Jadi pada tahap inilah proses pembelian itu mulai dilakukan.

b. Pencarian Informatif

Seorang konsumen yang telah mengetahui kebutuhannya dapat atau tidak dapat mencari informasi lebih lanjut jika dorongan kebutuhan itu kuat, jika tidak kuat maka kebutuhan konsumen itu hanya akan menjadi ingatan belaka. Konsumen

mungkin melakukan pencarian lebih banyak atau segera aktif mencari informasi yang mendasari kebutuhan ini.

c. Penilaian Altematif

Setelah melakukan pencarian informasi sebanyak mungkin, konsumen menggunakan informasi untuk mengevaluasi beberapa merek altematif dalam satu susunan pilihan.

d. Keputusan Pembelian

Jika keputusan yang diambil adalah membeli, maka pembeli akan menjumpai serangkaian keputusan yang menyangkut jenis pembelian, waktu pembelian, dan cara pembelian. Pada tahap ini konsumen benar-benar membeli produk.

e. Perilaku Setelah Membeli

Setelah membeli suatu produk, konsumen akan mengalami beberapa tingkatan kepuasan atau ketidakpuasan yang dirasakan, ada kemungkinan bahwa pembeli memiliki ketidakpuasan setelah melakukan pembelian karena tidak sesuai dengan keinginan atau gambaran sebelumnya, dan lain sebagainya.

## 2. Indikator Keputusan Konsumen

Adapun indikator dalam keputusan pembelian menurut Kotler (2001:28) :

- a. Kemantapan pada sebuah produk.
- b. Kebiasaan dalam membeli produk.

- c. Memberikan rekomendasi kepada orang lain.
- d. Melakukan pembelian ulang.

### 3. Proses Keputusan Konsumen

Menurut Kotler dan Keller (2012) menyatakan bahwa, keputusan pembelian adalah konsumen membentuk niat untuk membeli merek yang paling disukai. Berdasarkan definisi-definisi tersebut, maka dapat diambil kesimpulan bahwa keputusan pembelian adalah perilaku konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa yang mereka sukai. Rangkaian proses keputusan pembelian konsumen menurut Kotler dan Armstrong (2012) diuraikan sebagai berikut:

- a. Need recognition (pengenalan kebutuhan), yaitu proses konsumen mengenali sebuah masalah atau kebutuhan. Pemasar perlu mengidentifikasi keadaan yang memicu kebutuhan tertentu, dengan mengumpulkan informasi dari sejumlah konsumen.
- b. Information search (pencarian informasi), yaitu proses konsumen terdorong untuk mencari informasi yang lebih banyak. Sumber informasi konsumen dibagi menjadi 4 (empat) kelompok, yaitu:
  - a) Sumber pribadi, yaitu keluarga, teman, tetangga, kenalan.

- b) Sumber komersial, yaitu iklan, wiraniaga, penyalur, website, kemasan, pajangan.
- c) Sumber publik, yaitu media massa, organisasi penentu peringkat konsumen, pencarian internet.
- d) Sumber pengalaman, yaitu penanganan, pengkajian, pemakaian produk.
- c. Evaluation of alternatives (evaluasi alternatif), yaitu proses konsumen menggunakan informasi untuk mengevaluasi dalam menetapkan pilihan.
- d. Purchase decision (keputusan pembelian), yaitu proses konsumen membentuk preferensi atas merek-merek yang ada di dalam tahap evaluasi.
- e. Postpurchase behavior (perilaku pasca pembelian), yaitu proses konsumen akan mengalami kepuasan atau ketidakpuasan dengan pembelian yang dilakukan.

## 2.2 Penelitian Terdahulu

Berikut merupakan tabel penelitian terdahulu yang saya ambil contoh sebagai pembuatan penelitian ini, yaitu:

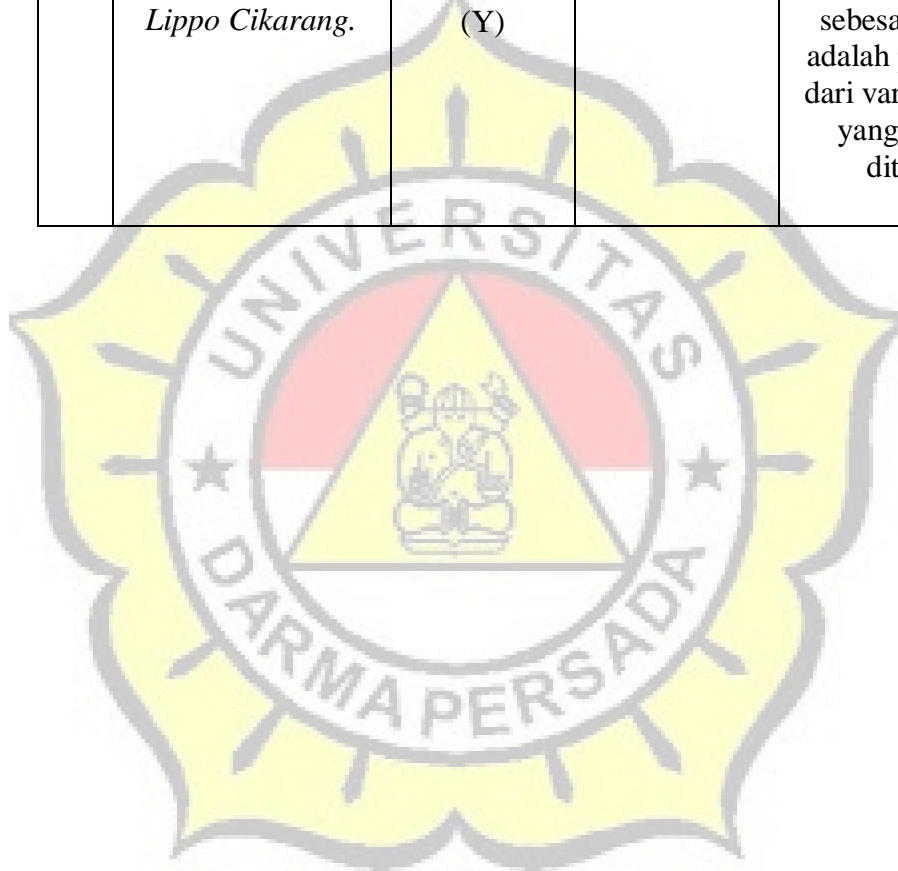
**Tabel 2.1**

### Penelitian Terkait

No	Nama, Tahun, Judul	Variabel	Alat Analisis	Hasil Penelitian
1	Sri Hartini. 2017. <i>Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Menginap Di Hotel Sakura Palangka Raya.</i>	Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ), Fasilitas ( $X_2$ ), Harga ( $X_3$ ), Lokasi ( $X_4$ ), Keputusan Konsumen ( $Y$ )	Analisis Regresi Berganda	Hasil uji diperoleh F hitung sebesar 45.435 dengan probabilitas sebesar $0,000 < 0,05$ artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan, fasilitas, harga, dan lokasi terhadap keputusan menginap di Hotel Sekura Palangka Raya dan kontribusi pengaruh sebesar 60, 9%.

2	<p>Lina Sari Situmeang. 2017. <i>Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Istana Hot Plate Medan.</i></p>	<p>Kualitas Pelayanan (<math>X_1</math>), Harga (<math>X_2</math>), Lokasi (<math>X_3</math>), Kepuasan Konsumen (Y)</p>	<p>Analisis Regresi Linier Berganda</p>	<p>Kesimpulan dari penelitian ini adalah kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Istana Hot Plate Medan, sedangkan lokasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen</p>
3	<p>Dedi Jumantoro. 2019. <i>Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian.</i></p>	<p>Kualitas Pelayanan (<math>X_1</math>), Lokasi (<math>X_2</math>), Keputusan Pembelian (Y)</p>	<p>Analisis Regresi Linier Berganda</p>	<p>Hasil penelitian yaitu kualitas layanan yang baik dapat mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 24,9% pada pengunjung Warung NasiBapak Ute. Dan lokasi yang tepat dapat mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 31,2% pada pengunjung Warung Nasi Bapak Ute</p>

4	Mohamad Sakum. 2019. <i>Pengaruh Fasilitas, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Zuri Express Lippo Cikarang.</i>	Fasilitas ( $X_1$ ), Lokasi ( $X_2$ ), Kualitas Pelayanan ( $X_3$ ), Kepuasan Konsumen ( $Y$ )	Analisis Linier Berganda	Hasil dari penelitian ini menarangkan bahwa fasilitas, lokasi dan kualitas pelayanan berpengaruh sebesar 61,8% dan sisanya yaitu sebesar 38,2% adalah pengaruh dari variabel lain yang belum diteliti.
---	--	--	--------------------------	--



5	<p>Anwar, Surya Hendra Putra. 2020. <i>Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi Terhadap Keputusan Menginap Di Hotel Travellers Suites Medan.</i></p>	<p>Kualitas Pelayanan (<math>X_1</math>), Fasilitas (<math>X_2</math>), Lokasi (<math>X_3</math>), Keputusan Konsumen (Y)</p>	<p>Analisis Regresi Berganda</p>	<p>Hasil penelitian yang didapat adalah ketiga variabel independen secara signifikan mempengaruhi keputusan menginap sebagai variabel dependen. Kemudian melalui uji F menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi yang tepat untuk menguji variabel keputusan menginap. Angka Adjusted R square sebesar 0,473 menunjukkan bahwa bahwa 47,3 persen variabel keputusan menginap dapat dijelaskan melalui ketiga variabel independen dalam persamaan regresi. Sedangkan sisanya 52,7 persen dijelaskan oleh variabel lain diluar ketiga variabel yang digunakan dalam penelitian ini</p>
---	--	---	----------------------------------	--

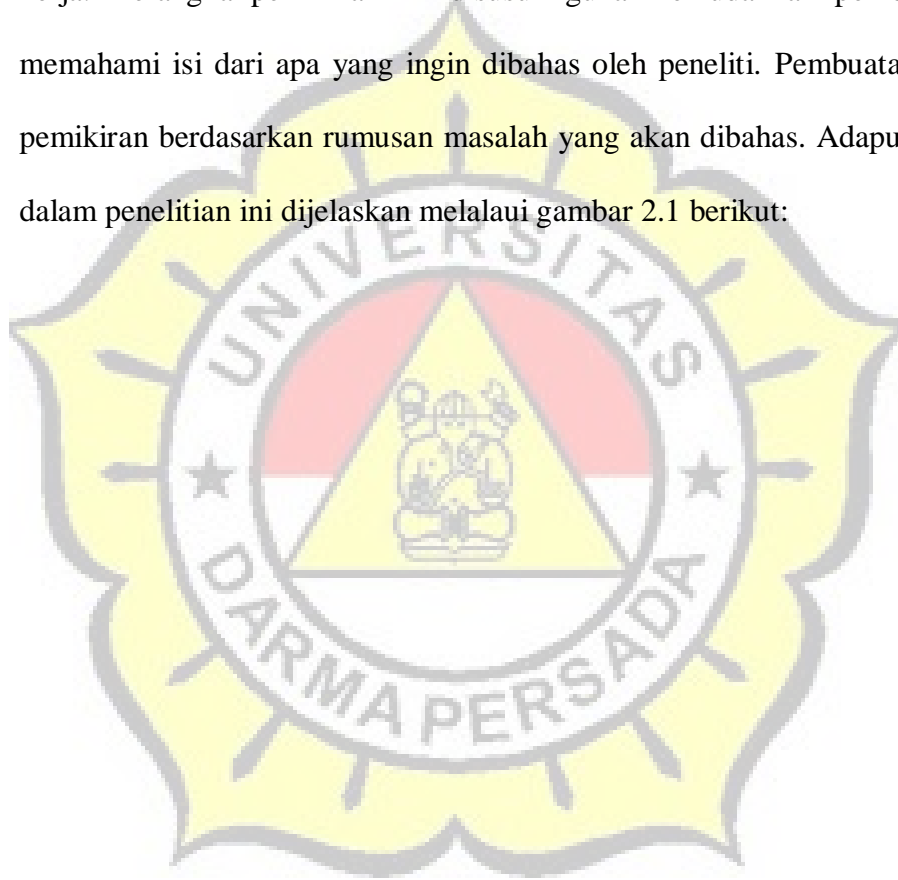


6	Rezki Utami. 2020. <i>Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Penginapan Pada Hotel Grand Meranti Selatpanjang.</i>	Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ), Fasilitas ( $X_2$ ), Lokasi ( $X_3$ ), Kepuasan Konsumen (Y)	Analisis Regresi Linier Berganda dan menggunakan program olahan data SPSS V.23	Secara bersama-sama variabel dependen berpengaruh terhadap variabel independen. Angka Adjusted R Square sebesar 0,653 yang menunjukkan bahwa 65,3% variabel Kepuasan Konsumen dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen (Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi). Sedangkan 34,7% sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini, seperti harga, promosi, persepsi kualitas, citra perusahaan.
---	---	--	--	--

Sumber : Dibuat oleh Penulis

### 2.3 Kerangka Pemikiran

Dalam penelitian ini, penulis melakukan penelitian mengenai keputusan orang tua murid dalam memilih lembaga pendidikan Sekolah *Montessori* Capung Kuning berdasarkan pengaruh fasilitas kerja, kualitas pelayanan dan lingkungan kerja. Kerangka pemikiran ini disusun guna memudahkan pembaca dalam memahami isi dari apa yang ingin dibahas oleh peneliti. Pembuatan kerangka pemikiran berdasarkan rumusan masalah yang akan dibahas. Adapun kerangka dalam penelitian ini dijelaskan melalui gambar 2.1 berikut:



**Analisis Pengaruh Fasilitas Kerja, Kualitas Pelayanan Dan Lingkungan Kerja Terhadap Keputusan Orang Tua Murid Memilih Jasa Pendidikan Di Sekolah *Montessori* Capung Kuning**

1. Apakah fasilitas kerja, kualitas pelayanan dan lingkungan kerja berpengaruh terhadap keputusan orang tua murid memilih jasa pendidikan di Sekolah *Montessori* Capung Kuning ?
2. Apakah fasilitas kerja berpengaruh terhadap keputusan orang tua murid memilih jasa pendidikan di Sekolah *Montessori* Capung Kuning ?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan orang tua murid memilih jasa pendidikan di Sekolah *Montessori* Capung Kuning ?
4. Apakah lingkungan kerja berpengaruh terhadap keputusan orang tua memilih jasa pendidikan di Sekolah *Montessori* Capung Kuning ?



### Gambar 2.1

#### Kerangka Pemikiran

Sumber : Data diolah peneliti, tahun 2021

#### 2.4 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan keterkaitan hubungan antar variabel penelitian, dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

1. Apakah fasilitas kerja, kualitas pelayanan dan lingkungan kerja berpengaruh terhadap keputusan orang tua murid memilih jasa pendidikan di Sekolah *Montessori* Capung Kuning ?

$H_0$  : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara fasilitas kerja ( $X_1$ ), kualitas pelayanan ( $X_2$ ), dan lingkungan kerja ( $X_3$ ), terhadap keputusan orang tua murid (Y).

$H_a$  : Terdapat pengaruh yang signifikan antara fasilitas kerja ( $X_1$ ), kualitas pelayanan ( $X_2$ ), dan lingkungan kerja ( $X_3$ ), terhadap keputusan orang tua murid (Y).

2. Apakah fasilitas kerja berpengaruh terhadap keputusan orang tua murid memilih jasa pendidikan di Sekolah *Montessori* Capung Kuning ?

$H_0$  : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara fasilitas kerja ( $X_1$ ) terhadap keputusan orang tua murid (Y).

$H_a$  : Terdapat pengaruh yang signifikan antara fasilitas kerja ( $X_1$ ) terhadap keputusan orang tua murid (Y)

3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan orang tua murid memilih jasa pendidikan di Sekolah *Montessori* Capung Kuning ?

$H_0$  : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan ( $X_2$ ) terhadap keputusan orang tua murid (Y).

$H_a$  : Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan ( $X_2$ ) terhadap keputusan orang tua murid (Y)

4. Apakah lingkungan kerja berpengaruh terhadap keputusan orang tua murid memilih jasa pendidikan di Sekolah *Montessori* Capung Kuning ?

$H_0$  : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara lingkungan kerja ( $X_3$ ) terhadap keputusan orang tua (Y).

$H_a$  : Terdapat pengaruh yang signifikan antara lingkungan kerja ( $X_3$ ) terhadap keputusan orang tua (Y)

