

BAB III

TINJAUAN TEORITIS

A. Pengertian *Delivery Order*

Delivery Order adalah suatu layanan dalam perusahaan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dalam hal pemesanan suatu barang atau layanan jasa. *Delivery Order* merupakan sekumpulan proses manajerial yang memiliki focus utama pada *customer* dari semua layanan, yang menjamin bahwa layanan-layanan tersebut dapat digunakan sesuai fungsinya untuk mendukung kegiatan bisnis. *Delivery Order* sangat terkait dengan kepentingan-kepentingan *customer* yaitu pihak bisnis dari sebuah perusahaan dalam hal utilisasi teknologi untuk membantu, mengoptimalkan jalannya satu atau lebih proses bisnis.¹⁷

Surat *Delivery Order* atau surat order pesanan didefinisikan sebagai dokumen lembar pertama surat order pesanan pembelian yang dikirimkan kepada pemasok sebagai order resmi yang dikeluarkan oleh perusahaan. *Delivery order* bila diartikan kedalam bahasa Indonesia adalah pengantar pesanan atau bisa disebut juga dengan surat jalan. Menurut Kamus besar bahasa Indonesia bila diartikan perkata “Surat” berarti selembar kertas yang digunakan sebagai tanda atau keterangan mengenai suatu hal, sedangkan “Jalan” berarti perlintasan dari suatu tempat ketempat lain. Jadi dapat disimpulkan bahwa surat jalan adalah surat keterangan berpergian.

¹⁷ <http://ukirama.com/blogs/pengertian-surat-jalan-delivery-order>.

Dimana *Delivery Order* atau surat jalan ini digunakan sebagai surat pengantar barang ke customer atau pembeli atau tanda bukti pemesanan barang, dimana *Delivery Order* atau surat jalan ini memiliki kekuatan hukum atas legalitas yang diperlukan di jalan raya mulai dari keluar perusahaan sampai memasuki wilayah *customer*, selain itu juga *Delivery Order* atau surat jalan digunakan sebagai bukti untuk penagihan ke *customer*. Di dalam *Delivery Order* atau surat jalan ini tercantum nama perusahaan, alamat perusahaan, nomer *Purchase order*, jenis barang dan *quantity* yang dipesan oleh customer.¹⁸

Delivery Order atau surat jalan diterbitkan dalam satu pengiriman ke satu ke customer sebanyak 5 (lima) lembar:

1. Lembar ke 1 digunakan untuk dasar pembuatan tagihan.
2. Lembar ke 2 diberikan untuk bagian akuntansi.
3. Lembar ke 3 diberikan untuk customer.
4. Lembar ke 4 digunakan untuk arsip bagian yang mengeluarkan barang atau bagian gudang.
5. Lembar ke 5 digunakan untuk arsip yang menerbitkan *Delivery order* atau surat jalan.

Delivery terdiri dari lima proses berikut:

1. *Service Level Management*

Service Level Management memiliki tujuan utama menyeimbangkan *demand* dengan *supply* bahan baku, dengan mengetahui

¹⁸ <http://www.slideshare.net/mobile/ranggonang/delivery-order>.

kebutuhan-kebutuhan bisnis serta kapasitas dari bahan baku sebuah organisasi bisnis atau sebuah perusahaan. Transaksi yang dilakukan adalah berupa bahan baku yang dapat digunakan pihak bisnis untuk menjalankan proses bisnisnya dari hari-kehari. Begitu pula dengan pihak penjual yang selalu siap menyediakan bahan baku pada bisnis.

2. *Financial Management*

Manajemen keuangan merupakan mekanisme utama dalam mengelola sumber daya keuangan dalam sebuah perusahaan. Mekanisme ini mendukung sebuah perusahaan dalam merencanakan mengeksekusi semua tujuan-tujuan bisnisnya serta memerlukan pengaplikasian yang konsisten.¹⁹

Di dalam divisi/departementi manajemen keuangan diimplementasikan dalam dua proses besar, yaitu:

- a. *Budgeting*, merupakan proses prediksi dan pengendalian pengeluaran keuangan. *budgeting* dilakukan secara periodik, biasanya dalam siklus tahunan, namun pengendaliannya tetap dilakukan harian.
- b. *It accounting*, merupakan sekumpulan proses yang memungkinkan sebuah divisi/department untuk mencatat pengeluaran-pengeluarannya. Pencatatan ini dilakukan dengan mengidentifikasi biaya berdasarkan kegiatan operasional.

¹⁹ <http://academia.educatione.delivery.order.blogs>.

3. *Capacity Management*

Capacity management merupakan proses yang bertanggung jawab dalam menjamin kapasitas pemrosesan atau komputasi dan penyimpanan yang dimiliki oleh perusahaan sesuai dengan kebutuhan bisnis terus berkembang, tentunya pada tingkat biaya yang efektif serta perencanaan yang berkesinambungan. Sub-sub proses yang tercakup dalam *capacity management* adalah sebagai berikut:

- a. *Business capacity management*, merupakan sub proses yang bertanggung jawab serta menjamin bahwa kebutuhan-kebutuhanan bisnis di masa depan telah diidentifikasi, direncanakan dan diimplementasikan berdasarkan urutan tertentu.
- b. *Service capacity management*, merupakan sub proses yang mengelola kinerja atau *performance* suatu perusahaan.
- c. *Resource capacity management*, merupakan sub proses yang mengelola setiap komponen dalam perusahaan.

4. *Availability Management*

Availability management merupakan sebuah proses yang digunakan untuk menjawab ketergantungan bisnis terhadap teknologi. Tingkat ketergantungan ini, di banyak perusahaan atau organisasi bisnis besar, telah berkembang pada tingkatan di mana jika teknologi berhenti berfungsi, maka bisnis pun akan berhenti. Tujuan utama keberadaan proses *availability management* ini adalah mengoptimalkan kapabilitas dari teknologi yang digunakan perusahaan.

B. Jual Beli

1. Pengertian Jual Beli

Jual beli dalam bahasa arab disebut ba'i yang secara bahasa adalah tukar menukar, sedangkan menurut istilah adalah tukar menukar atau peralihan kepemilikan dengan cara pergantian menurut bentuk yang diperbolehkan oleh syara' atau menukarkan barang dengan barang atau barang dengan uang, dengan jalan melepaskan hak milik dari seseorang terhadap orang lainnya atas kerelaan kedua belah pihak.²⁰

Dan hadist Nabi yang berasal dari Rufa'ah bin Rafi' menurut riwayat al-Bazar yang disahkan oleh al-Hakim:

أن النبي صلى الله عليه وسلم سئل أى الكسب أطيب قال عمل الرجل بيده
وكل بيع مبرور

Artinya: Sesungguhnya Nabi Muhammad SAW, pernah ditanya tentang usaha apa yang paling baik; nabi berkata: "Usaha seseorang dengan tangannya dan jual beli yang mabrur".²¹

Hikmah diperbolehkannya jual beli adalah menghindarkan manusia dari kesulitan dalam bermu'amalah.

2. Rukun Jual Beli

- a. Adanya 'aqid (عاقِد) yaitu penjual dan pembeli.
- b. Adanya ma'qud 'alaih (مَعْقُود عَلَيْهِ) yaitu adanya harta (uang) dan barang yang dijual.

²⁰ H Abdul Rahman Ghazaly, *Fiqih Muamalat*, (Jakarta:Kencana, 2004),h. 89.

²¹ Amir *Garis Garis Besar Fikih* Jakarta:Prenada Media. h. 193

- c. Adanya sighat (صيغة) yaitu adanya ijab dan qobul. Ijab adalah penyerahan penjual kepada pembeli sedangkan qobul adalah penerimaan dari pihak pembeli.²²

3. Syarat-Syarat Jual Beli

- a. Syarat bagi (عاقِد) orang yang melakukan akad antara lain:

1) Baligh (*berakal*)

Allah SWT berfirman:

وَلَا تُؤْتُوا السُّفَهَاءَ أَمْوَالَكُمُ الَّتِي جَعَلَ اللَّهُ لَكُمْ قِيَامًا ... (النساء: ٥)

*Artinya : “Dan janganlah kamu berikan hartamu itu kepada orang yang bodoh (belum sempurna akalnya) harta (mereka yang ada dalam kekuasaanmu) yang dijadikan Allah sebagai pokok kehidupan.” (Q.S. an-Nisa: 5).*²³

Ayat di atas menunjukkan bahwa orang yang bukan ahli tasaruf tidak boleh melakukan jual beli dan melakukan akad (*ijab qobul*).

- b. Beragama Islam, hal ini berlaku untuk pembeli (kitab suci al-Qur'an/budak muslim) bukan penjual, hal ini dijadikan syarat karena dikhawatirkan jika orang yang membeli adalah orang kafir, maka mereka akan merendahkan atau menghina Islam dan kaum muslimin.

2) Tidak dipaksa

1) Bermanfaat

²² Mudjahidin Akhmad. 2007. *Ekonomi Islam*. Jakarta: PT Raja Grafindo, h. 102

²³ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Jakarta: PT. Toha Putra, 2015), h. 42.

- 2) Dapat diserahkan secara cepat atau lambat
- 3) Milik sendiri
- 4) Diketahui (dilihat). Barang yang diperjualbelikan itu harus diketahui banyak, berat, atau jenisnya. Dalam sebuah hadist disebutkan:

C. Syarat sah ijab qobul

- 1) Tidak ada yang membatasi (memisahkan). Si pembeli tidak boleh diam saja setelah si penjual menyatakan ijab, atau sebaliknya.
- 2) Tidak diselingi kata-kata lain
- 3) Tidak dita'likkan (digantungkan) dengan hal lain. Misal, jika bapakku mati, maka barang ini aku jual padamu.
- 4) Tidak dibatasi waktu. Misal, barang ini aku jual padamu satu bulan saja.

4. Macam-Macam Jual Beli

Jual beli ada tiga macam yaitu:

- a. Menjual barang yang bisa dilihat
- b. Hukumnya boleh/sah jika barang yang dijual suci, bermanfaat dan memenuhi rukun jual beli.
- c. Menjual barang yang disifati (memesan barang)

Hukumnya boleh/sah jika barang yang dijual sesuai dengan sifatnya (sesuai promo). Menjual barang yang tidak kelihatan hukumnya tidak boleh/tidak sah. Boleh/sah menjual sesuatu yang suci dan bermanfaat

dan tidak diperbolehkan/tidak sah menjual sesuatu yang najis dan tidak bermanfaat.²⁴

5. Macam-Macam Jual Beli Yang Terlarang

a. Jual beli gharar

Adalah jual beli yang mengandung unsur penipuan dan penghianatan.

Hadist Nabi dari Abi Hurairah yang diriwayatkan oleh Muslim:

b. Jual beli mulaqih (الملاقيح)

c. Adalah jual beli dimana barang yang dijual berupa hewan yang masih dalam bibit jantan sebelum bersetubuh dengan betina. Hadist dari Abu Hurairah yang diriwayatkan oleh al-Bazzar:

d. Jual beli mudhamin (المضامين)

Adalah jual beli hewan yang masih dalam perut induknya, Jual beli muhaqolah (المحاولة)

Adalah jual beli buah buahan yang masih ada di tangkainya dan belum layak untuk dimakan.

e. Jual beli munabadzah (المناذة)

Adalah tukar menukar kurma basah dengan kurma kering dan tukar menukar anggur basah dengan anggur kering dengan menggunakan alat ukur takaran.

f. Jual beli mukhabarah (المخابرة)

Adalah muamalah dengan penggunaan tanah dengan imbalan bagian dari apa yang dihasilkan oleh tanah tersebut.

²⁴ Muhammad Syarif Chaudhary. *Sistem Ekonomi Islam*, Bandung: Kencana 2012. h. 102.

g. Jual beli tsunaya (التثنيا)

Adalah jual beli dengan harga tertentu, sedangkan barang yang menjadi objek jual beli adalah sejumlah barang dengan pengecualian yang tidak jelas.

h. Jual beli ‘asb al-fahl (عسب الفحل)

Adalah memperjual-belikan bibit pejantan hewan untuk dibiakkan dalam rahim hewan betina untuk mendapatkan anak.²⁵

i. Jual beli mulamasah (الملامسة)

Adalah jual beli antara dua pihak, yang satu diantaranya menyentuh pakaian pihak lain yang diperjual-belikan waktu malam atau siang.

j. Jual beli ‘urban (العربان)

Adalah jual beli atas suatu barang dengan harga tertentu, dimana pembeli memberikan uang muka dengan catatan bahwa bila jual beli jadi dilangsungkan akan membayar dengan harga yang telah disepakati, namun kalau tidak jadi, uang muka untuk penjual yang telah menerimanya terlebih dahulu.

k. Jual beli talqi rukban (الركبان)

Adalah jual beli setelah pembeli datang menyongsong penjual sebelum ia sampai di pasar dan mengetahui harga pasaran.

²⁵ Dimyaudin Djuwaini, Pengantar Fiqih Muamalah, Yogyakarta : Pustaka Kencana, 2010, h. 51.

l. Jual beli orang kota dengan orang desa (بيع حاضر لباد)

Adalah orang kota yang sudah tahu harga pasaran menjual barangnya pada orang desa yang baru datang dan belum mengetahui harga pasaran.

m. Jual beli musharrah (المصرة)

Musharrah adalah nama hewan ternak yang diikat puting susunya sehingga kelihatan susunya banyak, hal ini dilakukan agar harganya lebih tinggi.

n. Jual beli najasy (النجش)

Jual beli yang bersifat pura-pura dimana si pembeli menaikkan harga barang, bukan untuk membelinya, tetapi untuk menipu pembeli lainnya agar membeli dengan harga yang tinggi.²⁶

6. Melaksanakan Jual Beli yang Benar dalam Kehidupan

Jual beli itu merupakan bagian dari ta'awun (saling menolong). Bagi pembeli menolong penjual yang membutuhkan uang, sedangkan bagi penjual juga berarti menolong pembeli yang sedang membutuhkan barang. Karenanya, jual beli itu merupakan perbuatan yang mulia dan pelakunya mendapat keridhoan Allah SWT. Bahkan Rosulullah SAW, menegaskan bahwa penjual yang jujur dan benar kelak di akhirat akan ditempatkan bersama para nabi, syuhada dan orang-orang yang shaleh. Hal ini menunjukkan tingginya derajat penjual yang jujur dan benar.²⁷

²⁶ Nurul, Heykal, Lembaga Keuangan Islam, Jakarta: Kencana Prenada Group, 2010, h 197.

²⁷ Muhtar Samad, *Etika Bisnis Syariah*. Jakarta: Nyetak buku. 2016, h. 31.

Lain halnya, jual beli yang mengandung unsur kezaliman, seperti berdusta, menurangi takaran, timbangan, dan ukuran, maka tidak lagi bernilai ibadah, tetapi sebaliknya, yaitu perbuatan dosa. Untuk menjadi pedagang yang jujur itu sangat berat, tetapi harus disadari bahwa kecurangan itu tidak ada gunanya. Jadi jual beli yang baik dan jujur.

C. Sistem Pelayanan

1. Pengertian Sistem Pelayanan

Sistem pelayanan menurut arti kata, sistem adalah cara teratur untuk melakukan sesuatu.²⁸ Sistem pelayanan umum sebenarnya merupakan satu kesatuan faktor yang dibutuhkan dalam terselenggaranya suatu pelayanan umum. Sistem pelayanan umum ini terdiri atas empat faktor: pertama sistem prosedur dan metode yaitu dalam pelayanan umum perlu adanya sistem informasi, prosedur dan metode yang mendukung kelancaran dalam memberikan pelayanan. Kedua, personil terutama ditekankan pada perilaku aparatur, dalam pelayanan umum aparatur pemerintah selaku personil pelayanan harus profesional, disiplin dan terbuka terhadap kritik dari pelanggan atau masyarakat. Ketiga, sarana dan prasarana dalam pelayanan umum diperlukan peralatan dan ruangan kerja serta fasilitas pelayanan umum misalnya: ruang tunggu, tempat parkir yang memadai. Keempat, masyarakat sebagai pelanggan dalam pelayanan umum masyarakat umum masyarakat sebagai pelanggan sangatlah heterogen baik tingkat pendidikan maupun perilakunya.²⁹

²⁸ Poerwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1976), h.889

²⁹ <http://ut.ac.id/htm/suplemen/ipem/akses> 2007.

Dalam kamus bahasa Indonesia dijelaskan bahwa pelayanan merupakan suatu hal, cara, atau hasil pekerjaan melayani. Sedangkan melayani adalah menyuguhi (orang)

dengan makanan, minuman, menyediakan keperluan orang, mengiyakan, menerima, dan menggunakan.

Sementara Sampara (dalam L.P Sinembela) menyatakan bahwa pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antar seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan.³⁰

Pelayanan adalah suatu proses kepada orang lain dengan cara tertentu memerlukan kepekaan agar terciptanya kepuasan dan keberhasilan.

Menurut Philip Kotler “pelayanan atau *service* adalah setiap kegiatan atau manfaat yang dapat diberikan suatu pihak kepada pihak lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat pemilikan sesuatu dan produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik”.³¹

Moenir mengemukakan bahwa pelaksanaan pelayanan dapat diukur, oleh karena itu dapat ditetapkan standar baik dalam hal waktu yang diperlukan maupun hasilnya. Dengan adanya standar manajemen dapat merencanakan, melaksanakan, mengawasi dan mengevaluasi kegiatan pelayanan, agar hasil akhir memuaskan pihak-pihak yang Dengan adanya standar manajemen dapat merencanakan,

³⁰ Sinambela, *Reformasi Pelayanan Publik*, (Jakarta: Bumi Aksara. 2007), h. 5.

³¹ Ahmad Tjahjono, *Perpajakan Indonesia*, (Jakarta: PT. Grafindo Persada, 2003), h. 345.

melaksanakan, mengawasi dan mengevaluasi kegiatan pelayanan, agar hasil akhir memuaskan pihak-pihak yang mendapatkan pelayanan.³²

Berdasarkan beberapa teori di atas, dapat disimpulkan bahwa pelayanan merupakan suatu kegiatan atau proses yang berlangsung secara berkesinambungan atau terus menerus dalam interaksi antara seorang dengan orang lain dan menyediakan kepuasan pelanggan.

Menurut Kasmir, untuk meningkatkan citra perusahaan, wirausahawan perlu menyiapkan sumber daya manusia (karyawan) yang mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggannya. Karyawan yang diharapkan dapat melayani keinginan dan kebutuhan pelanggan disebut *customer service* (CS) atau ada juga yang menyebutnya *service assistance* (SA).³³

Berdasarkan pendapat di atas, dapat dijelaskan bahwa pelayanan sangat memegang peranan penting dalam membangun citra positif bagi sebuah perusahaan khususnya yang berkaitan dengan pelayanan jasa. Semakin baik pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maka akan memberikan dampak positif bagi kemajuan perusahaan itu sendiri.

Sebagaimana dikemukakan oleh Kotler bahwa ada enam pendekatan untuk meningkatkan pelayanan yakni sebagai berikut:

- a. Mengharuskan para penyedia jasa bekerja lebih keras dengan keahlian yang lebih tinggi. Bekerja lebih keras bukanlah merupakan pemecahan

³² Boediono, *Pelayanan Prima Perpajakan*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2003), h. 11.

³³ Nurrianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Perbankan Syariah*, (Bandung CV. Afabeta, 2010), h. 101

yang tepat, tetapi bekerja dengan keaslian yang tinggi, yang dapat dilakukan melalui prosedur, seleksi dan pelatihan yang baik.

- b. Meningkatkan pelayanan dengan melepaskan beberapa mutu.
- c. Mengindustrialisasikan pelayanan dengan menambahkan peralatan dan melakukan standarisasi produksi.
- d. Mengurangi pelayanan dengan melakukan suatu pemecahan produk.
- e. Mendesain pelayanan yang lebih efektif.
- f. Memberikan konsumen insentif dengan menukarkan pekerjaan yang biasa dilakukan oleh karyawan perusahaan untuk dikerjakan sendiri.

Untuk menarik pelanggan dan mempertahankan pelanggan lama, suatu perusahaan harus mengadakan pelayanan dengan baik dan teratur. Hal tersebut perlu dilakukan oleh suatu perusahaan, karena sikap pelanggan adalah dinamis jika ia menyukai barang atau jasa dari suatu perusahaan dan berhak menentukan pilihan yang cocok bagi mereka. Budaya pelayanan yang harus dikembangkan dalam setiap organisasi harus meliputi dua tingkatan, yaitu:³⁴

- a. Pelayanan yang harus diperhatikan:

Kehandalan (*Reliability*), daya tanggap (*Responsiveness*), jaminan (*Assurance*), empati (*Empathy*), bukti fisik (*Tangibles*).

- b. Nilai-nilai dasar yang harus dimiliki setiap anggota:

- 1) Nilai kejujuran (*Honesty*), hal ini tidak terbatas kebenaran dalam melakukan tugas, tetapi mencakup cara yang terbaik dalam melakukan bisnis.

³⁴ Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: Bumi Aksara. 2008), h. 275.

- 2) Tanggap atau hormat (*Respect*), rasa hormat dibutuhkan dalam interaksi diantara *steck holder* (konsumen, karyawan, pemasok, dan dengan mitra bisnis).
- 3) Nilai kegembiraan (*Happiness*), ini harus dimiliki oleh para pegawai dengan harapan kegembiraan yang dimiliki para pegawai tersebut akan menimbulkan pelayanan yang memuaskan.
- 4) Nilai kerjasama (*Teamwork*), merupakan aktivitas yang bertujuan untuk membangun kekuatan-kekuatan atau sumber daya yang dimiliki oleh masing-masing anggota.
- 5) Nilai kemauan (*Willingness*), disini menunjukkan kepada kemauan dan kerelaan untuk melakukan tugas dan tanggung jawab dalam kerangka pemikiran untuk memuaskan konsumen.

2. Dasar-dasar pelayanan

Suatu pelayanan yang diberikan akan berkualitas jika setiap karyawan telah dibekali dasar-dasar pelayanan. Berikut ini akan dijelaskan dasar-dasar pelayanan yang harus dipahami dan dimengerti seorang karyawan, yaitu:³⁵

- a. Berpakaian dan berpenampilan yang rapi dan bersih. Di sini karyawan harus mengenakan busana yang sepadan dengan kombinasi yang menarik dan juga harus berpakaian necis tidak kumal, terkesan pakaian yang digunakan benar-benar memikat konsumen. Gunakan pakaian seragam jika petugas telah diberikan pakaian seragam sesuai waktu yang telah ditetapkan.

³⁵ Didin Hafidhuddin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah Dalam Praktik*, (Jakarta: Gema Insani, 2003), Cet. Ke-1, h 59.

- b. Percaya diri, bersikap akrab dan penuh dengan senyum. Karyawan harus bersikap akrab seolah-olah sudah kenal lama. Dalam melayani pelanggan karyawan haruslah murah senyum dengan raut wajah yang menarik hati, serta tidak dibuat-buat.
- c. Menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama jika sudah kenal. Pada saat konsumen atau pelanggan datang karyawan harus segera menyapa dan kalau sudah bertemu sebelumnya usahakan menyapa dengan menyebutkan namanya. Namun jika belum kenal dapat menyapa dengan sebutan Bapak/Ibu, apa yang kami dapat bantu.
- d. Tenang, sopan, serta tekun mendengarkan setiap pembicaraan.
Usahakan pada saat melayani pelanggan dalam keadaan tenang, tidak terburu-buru, sopan santun dalam bersikap. Kemudian tunjukkan sikap menghormati tamu, tekun mendengarkan sekaligus berusaha memahami keinginan pelanggan.³⁶
- e. Berbicara dengan bahasa yang baik dan benar.
Dalam berkomunikasi dengan pelanggan gunakan bahasa Indonesia yang benar atau bahasa daerah yang benar pula. Suara yang digunakan harus jelas dalam arti mudah dipahami dan jangan menggunakan istilah-istilah yang sulit dipahami oleh nasabah.
- f. Jangan menyela atau memotong pembicaraan.
Pada saat pelanggan sedang berbicara usahakan jangan memotong atau menyela pembicaraan. Kemudian hindarkan kalimat yang bersifat teguran

³⁶ Hendri Tanjung *Ibid*, h. 24.

atau sindiran yang dapat menyinggung perasaan pelanggan. Seandainya terjadi sesuatu usahakan jangan berdebat.

- g. Mampu meyakinkan pelanggan atau nasabah serta memberikan kepuasan. Setiap pelayanan yang diberikan harus mampu meyakinkan pelanggan dengan argumen yang masuk akal.
- h. Jika tidak sanggup menangani permasalahan yang ada, minta bantuan. Artinya jika ada pertanyaan atau permasalahan yang tidak sanggup dijawab atau diselesaikan oleh karyawan, maka harus meminta bantuan kepada petugas lain yang mampu.

Adapun larangan dalam memberikan pelayanan secara umum dilakukan oleh berbagai perusahaan antara lain:

- a. Dilarang berpakaian sembarangan.
- b. Dilarang melayani pelanggan atau tamu sambil makan.
- c. Dilarang melayani konsumen atau tamu sambil mengobrol.
- d. Dilarang menampakkan wajah yang tidak menyenangkan.
- e. Dilarang berdebat atau menyanggah.
- f. Dilarang meninggalkan nasabah.
- g. Dilarang berbicara terlalu keras dan lemah.
- h. Dilarang keras meminta imbalan atau janji-janji.

3. Kualitas pelayanan

Budaya adalah segala nilai, pemikiran, serta simbol yang mempengaruhi perilaku, sikap, kepercayaan serta kebiasaan seseorang dalam masyarakat. Pencipta budaya adalah seorang pemimpin, setiap pemimpin mempunyai visi dan

misi tertentu yang kemudian disebarkan kepada karyawan. Seorang pemimpin memberi contoh, kemudian diikuti oleh bawahan. Akhirnya kebiasaan-kebiasaan itu akan menjadi budaya jika semua mempraktekkannya baik pimpinan dan bawahannya.³⁷

Pelayanan terbaik itu tidak terlepas dari faktor kepribadian seorang pemimpin sangat menentukan dalam menciptakan suasana yang lebih cair. Ia akan menciptakan pola kerja yang keras, tetapi dalam suasana yang cair, itulah suasana yang dibudayakan pada saat ini. Hal seperti ini akan menciptakan seorang karyawan yang bekerja keras luar biasa, namun dengan suasana yang cair, dan happy, bukan dalam suasana yang menakutkan dan mencekam.

Jika perusahaan ingin selalu dianggap yang terbaik di mata pelanggannya, perusahaan harus memberikan pelayanan yang terbaik. Pelayanan yang baik ini harus dapat dipenuhi oleh perusahaan sehingga keinginan pelanggan dapat diberikan secara maksimal.

Kualitas pelayanan berhubungan erat dengan pelayanan yang sistematis dan komprehensif yang lebih dikenal dengan konsep pelayanan prima. LP. Sinabelamengemukakan bahwa secara teoritis, tujuan dari pelayanan pada dasarnya adalah memuaskan masyarakat. Untuk mencapai kepuasan itu dituntut kualitas pelayanan prima yang tercermin dari:

- a. *Transparansi*, yakni pelayanan yang bersifat terbuka, mudah dan dapat diakses oleh semua pihak yang membutuhkan dan disediakan secara memadai serta mudah dimengerti.

³⁷ Burhanuddin Abdullah, *Budaya Kerja Perbankan*, (Jakarta: LP3ES, 2006), Cet. Ke-1, h. 148-151.

- b. *Akuntabilitas*, yakni pelayanan yang dapat dipertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan peraturan perundangan-undangan.
- c. *Kondisional*, yakni pelayanan yang sesuai dengan kondisi dan kemampuan pemberi dan penerima pelayanan dengan tetap berpegang pada prinsip efisiensi dan efektivitas.
- d. *Partisipatif*, yakni pelayanan yang dapat mendorong peran serta masyarakat dalam menyelenggarakan pelayanan publik dengan memperlihatkan aspirasi, kebutuhan, dan harapan masyarakat.
- e. Kesamaan hak, yaitu pelayanan yang tidak melakukan diskriminasi dilihat dari aspek apapun khususnya suku, ras, agama, golongan, status sosial, dan lain-lain.
- f. Keseimbangan hak dan kewajiban, yaitu pelayanan yang mempertimbangkan aspek keadilan antara pemberi dan penerima pelayanan publik. Selain peningkatan kualitas pelayanan melalui pelayanan prima, pelayanan yang berkualitas juga dapat dilakukan dengan konsep “layanan sepenuh hati”. Layanan sepenuh hati yakni yang berasal dari diri sendiri yang mencerminkan emosi, watak, keyakinan, nilai, sudut pandang, dan perasaan.

D. Tujuan dan Manfaat Sistem Pelayanan

Berbagai aktivitas dalam perusahaan yang harus dikerjakan oleh manajer dan kelompok pelaksana tersebut memerlukan adanya pengatur dan pengatur itu adalah manajemen. Tujuan manajemen ini adalah mengubah sumber daya yang ada agar menjadi suatu hasil yang memiliki nilai untuk mencapai sasaran

perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan yang melakukan bisnis dengan sukses biasanya selalu memiliki manajemen yang baik.³⁸

Tujuan sistem pelayanan adalah memberikan pelayanan yang dapat memenuhi dan memuaskan pelanggan atau masyarakat serta memberikan fokus pelayanan kepada pelanggan. Pelayanan dalam sektor publik didasarkan pada aksioma bahwa “pelayanan adalah pemberdayaan”.

Pada dasarnya setiap perbuatan yang baik tentu memiliki tujuan yang baik, sehingga akan memberikan manfaat yang baik pula. Di samping memiliki tujuan manajemen juga memberikan manfaat yang cukup banyak bagi perusahaan apabila dilakukan dengan sungguh-sungguh.

Suatu perusahaan yang berdiri tentu menginginkan usaha yang dijalankan dapat hidup terus-menerus tanpa dibatasi oleh waktu, hal ini merupakan salah satu tujuan didirikannya perusahaan. Dan itu dapat dilakukan dengan meningkatkan omset penjualan atau jumlah pelanggannya karena hanya dengan meningkatnya omset penjualan atau jumlah pelanggannya, tujuan dapat dicapai. Meningkatnya omset penjualan pada akhirnya akan dapat pula meningkatkan laba bagi perusahaan.

Pelayanan pada sektor bisnis berorientasi profit, sedangkan pelayanan prima pada sektor publik bertujuan memenuhi kebutuhan masyarakat secara sangat baik dan terbaik. Kepuasan pelanggan adalah kunci sukses dalam bisnis. Tentu saja tujuan ini dapat dicapai salah satunya dengan pelayanan prima.

³⁸ Pandji Anoraga, *loc.cit.*, h. 108.

Pelayanan prima adalah bagaimana pelanggan merasa nyaman dan mudah dalam setiap proses pelayanan yang diberikan.

E. Pandangan Islam Tentang Pelayanan

Islam menetapkan agar orang yang beriman saling tolong menolong dan bantu membantu dalam perbuatan kebaikan dan ketakwaan saja, tidak boleh bantu membantu dalam berbuat dosa dan pelanggaran.³⁹

Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha baik berupa barang maupun pelayanan hendaknya memberikan yang berkualitas jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas kepada orang lain. Seperti dijelaskan dalam Al-Quran surat Al-Baqarah ayat 267:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ
وَلَسْتُمْ بِأَخْذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ ۚ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

Artinya: *“Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (dijalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah, bahwa Allah maha kaya lagi maha terpuji.”*(QS. Al-Baqarah: 267)⁴⁰

³⁹ Kasmir, *op.cit.*, h. 93.

⁴⁰ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahanya* (Jakarta: PT. Toha Putra, 2015), h. 85.