

BAB III

TINJAUAN TEORITIS

A. Teori Pelayanan

Bagi perusahaan yang bergerak dibidang jasa memberikan pelayanan merupakan hal yang penting dalam upaya menarik konsumen untuk menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan. Sebagai bisnis yang melayani konsumen dalam servis resmi. Oleh karena itu harus dapat menjaga kepercayaan konsumen yang diberikan kepada mereka.

Pelayanan dan kepuasan konsumen merupakan tujuan utama dalam perusahaan karena tanpa konsumen, perusahaan tidak akan ada. Asset perusahhan sangat kecil nilainya tanpa keberadaan konsumen. Karena itu tugas utama perusahaan adalah penarik dan mempertahankan pelanggan. Konsumen ditarik dengan tawaran yang lebih kompetitif dan dipertahankan dengan memberikan kepuasan.¹

Pelayanan adalah memberikan suatu kepuasan terhadap konsumen dan pelanggan atas apa yang diharapkannya kepada kita atau pun perusahaan yang kesemuanya itu berdasarkan prosedur-prosedur yang telah ada.²

Pelayanan adalah kegiatan yang diselenggarakan organisasi yang menyangkut kebutuhan pihak konsumen yang berkepentingan sehingga dilayani dengan keinginan konsumen akan menimbulkan kesan tersendiri.³

¹ Nina Rahmayanty, *manajemen pelayanan prima*, Edisi Pertama (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2010). h. 5

² Bob Waworuntu, *Dasar-dasar Keterampilan Melayani Nasabah Bank*, (Jakarta : PT. Gramedia Pustaka utama, 1997), h. 11

Soetopo (1999) mendefinisikan pelayanan sebagai “suatu usaha untuk membantu menyiapkan/mengurus apa yang diperlukan orang lain”. Pelayanan adalah serangkaian kegiatan/proses pemenuhan kebutuhan orang lain secara lebih memuaskan berupa produk jasa dengan sejumlah ciri seperti tidak terwujud, lebih dapat dirasakan dari pada memiliki dan konsumen lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses mengkonsumsi jasa tersebut.⁴

Pelayanan konsumen (*customer service*) adalah upaya/proses yang secara sadar atau terencana dilakukan organisasi/ badan usaha agar produk/jasanya menang dalam persaingan melalui pemberian/penyajian pelayanan kepada konsumen, sehingga tercapai kepuasan optimal bagi konsumen.⁵

Sedangkan 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.⁶

Menurut Malayu S.P Hasibuan pelayanan (*service*) adalah kegiatan pemberian jasa dari satu pihak kepada pihak yang lainnya. Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dilakukan secara ramah tamah, adi, cepat, dan

³ R.A Supriyono, *Manajemen Strategi Dan Kebijakan Bisnis*, (Yogyakarta : BPFEUGM, 1999), h. 300

⁴ Paimin Napitupulu, *Pelayanan Publikdan Customer Satisfaction*, (Bandung : PT. Alimni, 2007), h. 164

⁵ Boediono, *Pelayanan Prima Perpajakan*, (Jakarta : Rieneka Cipta, 2003), h. 11

⁶H. Malayu. S.p. Hasibuan, *Dasar-Dasar perbankan*,(Jakarta : PT. Bumi Aksara, 2005), h.152

dengan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya.⁷

Pelayanan yang unggul atau service Excellent yaitu suatu sikap atau cara karyawan dalam melayani konsumen secara memuaskan, dimana unsur pokok adalah kecepatan, ketepatan, keramahan dan kenyamanan.

Adapun sasaran dan manfaat dari Service Excellent adalah :

1. Memuaskan konsumen
2. Meningkatkan loyalitas
3. Meningkatkan penjualan dan jasa perusahaan
4. Meningkatkan pendapatan perusahaan.⁸

B. Pelayanan Prima (*Excellence Service*)

Service excellence adalah bagaimana membuat pelanggan merasa penting dan diistimewakan. Hal ini sejalan dengan pendapat yang dikemukakan oleh Barata (2003:25) yang mengatakan bahwa *service excellence* merupakan pengembangan dari *customer care* dan *customer service*, dalam memberikan layanan terbaik kepada pelanggan harus berorientasi kepada kepentingan para pelanggan, sehingga memungkinkan kita mampu memberikan kepuasan optimal.

Dalam riset awalnya, Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1985) meneliti sejumlah industri jasa (seperti perbankan, jasa kartu kredit, reparasi dan pemeliharaan, serta jasa telepon interlokal) dan berhasil mengidentifikasi sepuluh dimensi pokok kualitas pelayanan: reliabilitas, responsivitas atau daya tanggap,

⁷ Sentot Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), edisi pertama, h. 178

⁸ Fandy Tjiptono, *Strategi Bisnis Dan Manajemen*, (Yogyakarta : Andi, 1998), h. 138

kompetensi, akses, kesopanan (*courtesy*), komunikasi, kredibilitas, keamanan, kemampuan memahami pelanggan, dan bukti fisik (*tangibles*). Dalam riset berikutnya di tahun 1988, mereka menemukan adanya *overlapping* di antara beberapa dimensi diatas. Oleh sebab itu, mereka menyederhanakan sepuluh dimensi tersebut menjadi lima dimensi pokok. Kompetensi, kesopanan, kredibilitas, dan keamanan disatukan menjadi jaminan (*assurance*). Sedangkan akses, komunikasi dan kemampuan memahami pelanggan diintegrasikan menjadi empati (*empathy*). Dengan demikian, terdapat lima dimensi utama yang disusun sesuai urutan tingkat kepentingan relatifnya sebagai berikut :

1. Reliabilitas (*reliability*), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk menyampaikan layanan yang dijanjikan secara akurat sejak pertama kali. Sebagai contoh, sebuah perusahaan barang kali memilih konsultan semata-mata berdasarkan reputasi. Apabila konsultan tersebut mampu memberikan apa yang diinginkan klien, klien tersebut bakal puas dan membayar *fee* konsultan. Namun, bila konsultan tersebut gagal mewujudkan apa yang diharapkan klien, *fee* konsultanasi tidak akan dibayar penuh (tentunya, tergantung pada negosiasi awal)
2. Daya tanggap (*responsiveness*), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan penyedia layanan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka dengan segera. Pernah menelepon layanan pelanggan penyediaan jasa ponsel anda? Berapa lama harus menunggu sebelum ada yang menjawab telepon? Apakah anada dilayani mesin

penjawab? Apakah anda diping-pong kesana kemari sebelum akhirnya dibantu?

3. Jaminan (*assurance*), berkenaan dengan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya (*trust*) dan keyakinan pelanggan (*confidence*). Bila anda harus menjalani operasi ginjal, anda tentu saja ingin mendapatkan jaminan bahwa dokter yang melayani anda benar-benar kompeten.
4. Empati (*empathy*), berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.
5. Bukti fisik (*tangibles*), berkenaan dengan penampilan fisik fasilitas layanan, peralatan/perlengkapan, sumber daya manusia, dan materi komunikasi perusahaan. Kolam renang yang kotor dan keruh bakal dinilai jelek oleh pelanggan. Salon kecantikan yang berfokus melayani klien elit bakal berinvestasi pada dekorasi dan pencahayaan salon serta mempekerjakan para penata yang berbusana rapi dan modis. Meskipun busana modis penata rambut tidak berpengaruh terhadap layanan yang diberikan, klien bisa saja meyakini bahwa rambutnya pasti akan ditata dengan rapi oleh orang yang berbusana rapi dan modis.

C. Jenis - Jenis Sistem Pelayanan

1. Sistem Pelayanan di Bank

Telah kita ketahui bahwa dalam memberikan pelayanan pegawai bank selalu dituntut agar dapat memuaskan nasabah tanpa melanggar harga diri atau etika. Secara umum etika pelayanan yang dapat diberikan oleh pegawai bank dalam rangka pelayanan adalah sebagai berikut:

- a. Mengucapkan salam pada saat bertemu dengan nasabah, seperti selamat pagi, selamat siang, atau selamat sore. Jika kita sudah tau agama nasabah, misalnya muslim, maka ucapkan assalamualaikum.
- b. Setelah mengucapkan salam, segera mempersilahkan tamu untuk masuk atau duduk dengan sopan atau suruh menunggu sebentar.
- c. Baik dalam mengucapkan salam maupun mempersilahkan tamu masuk atau duduk dengan sopan dan murah senyum
- d. Bertanya tentang keperluan nasabah secara ramah, sopan, dan lemah lembut
- e. Biasakan mengucapkan tolong atau maaf saat meminta nasabah mengisi formulir atau menunggu sesaat.
- f. Ucapkan kata terima kasih apabila nasabah memberikan saran atau hendak pamit setelah menyelesaikan masalahnya.⁹

2. Sistem Pelayanan Rumah Sakit

Telah kita ketahui bahwa dalam memberikan pelayanan pegawai rumah sakit selalu dituntut agar dapat memuaskan pasien tanpa melanggar harga diri atau etika. Secara umum etika pelayanan yang dapat diberikan oleh pegawai rumah sakit dalam rangka pelayanan adalah sebagai berikut:

⁹ Kasmir, SE., MM *Op.Cit.* h. 176

- a. Mengucapkan salam pada saat bertemu dengan pasien, seperti selamat pagi, selamat siang, atau selamat sore. Jika kita sudah tau agama pasien, misalnya muslim, maka ucapkan assalammualaikum
 - b. Baik dalam mengucapkan salam maupun mempersilahkan tamu masuk atau duduk dengan sopan dan murah senyum
 - c. Biasakan mengucapkan tolong atau maaf saat meminta pasien mengisi formulir atau menunggu sesaat sampai nama pasien dipanggil perawat yang bertugas.
 - d. Lalu memanggil pasien untuk masuk ruangan dokter untuk memeriksa sakit yang dikeluhkan pasien.
 - e. Dan meminta pasien menunggu sebentar untuk pegawai rumah sakit menyiapkan obat yang akan diberi pada pasien.
 - f. Ucapkan terima kasih pada pasien yang sudah berobat dirumah sakit tersebut.¹⁰
3. Sistem pelayanan di Bengkel
- a. Mengucapkan salam pada saat konsumen datang, seperti selamat pagi, selamat siang, atau selamat sore. Jika kita sudah tau agama pasien, misalnya muslim, maka ucapkan assalammualaikum
 - b. Baik dalam mengucapkan salam dengan sopan dan murah senyum
 - c. Menanyakan apa yang perlu di perbaiki
 - d. Lalu mempersilahkan konsumen duduk dulu sampai motor nya siap

¹⁰ Suharto Abdul Majid, *Customer Service Dalam Bisnis Jasa Transportasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), h. 127

- e. Jika sudah siap konsumen di panggil dan memberi tahu berapa biayanya, dan ucapkan trimaka kasih dengan memberikan notanya. ¹¹

4. Sistem Pelayanan Di Perpustakaan

Adapun pelayanan di perpustakaan sebagai berikut :

- a. Tamu wajib mengisi buku tamu yang tersedia di pintu masuk perpustakaan
- b. Lalu tamu wajib menitipkan tas kepada pegawai yang bertugas ditempat penitipan tas yang sudah tersedia
- c. Jika meminjam buku,tamu harus melapor dan menulis buku yang akan dipinjam lalu di laporkan kepada petugas bagian peminjaman buku ¹²

D. Fungsi dan Manfaat Pelayanan Yang Baik

1. Fungsi pelayanan yang baik

- a. Melayani pelanggan dengan ramah, tepat, dan cepat.
- b. Menciptakan suasana agar pelanggan merasa dipentingkan.
- c. Menempatkan pelanggan sebagai mitra usaha.
- d. Menciptakan pangsa pasar yang baik terhadap produk/jasa.
- e. Memenangkan persaingan pasar.
- f. Memuaskan pelanggan, agar mau berbisnis lagi dengan perusahaan.
- g. Memberikan keuntungan pada perusahaan ¹³

¹¹ Desi anggraini, Sistem Pelayanan rumah sakit dalam memuaskan pasien, (Bandung: Bumi Aksara, 2010), h. 259

¹² Sofia Marcellina, *Pelayanan Perpustakaan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2007), h. 71

¹³ Suharto Abdul Majid, *customer service dalam bisnis transportasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), h. 60

2. Manfaat pelayanan yang baik

Pelayanan yang baik tentu akan memberikan hal yang baik pula untuk perusahaan. Karena pelayanan ini merupakan wujud tanggung jawab sosial perusahaan, maka ini dapat memberikan keuntungan tersendiri untuk perusahaan seperti:

1. Konsumen akan setia kepada perusahaan

Karena konsumen merasa pelayanan perusahaan sangat baik, konsumen bisa jadi akan menjadi pelanggan tetap perusahaan tersebut.

2. Konsumen bisa menjadi media iklan gratis

Dengan kepuasan konsumen terhadap pelayanan perusahaan, konsumen bisa saja menyebarkan mengenai hal tersebut kepada rekan-rekan atau tetangganya sehingga perusahaan bisa menjadi lebih dikenal.

3. Kelangsungan bisnis jangka panjang terjamin

Dengan semakin banyaknya pelanggan tetap perusahaan, maka perusahaan tidak perlu khawatir tidak akan mendapat pelanggan, karena sudah adanya para pelanggan tetap tersebut.

4. Konsumen tidak akan memperlakukan mengenai harga

Karena rasa kepercayaan konsumen terhadap perusahaan, maka konsumen tidak akan memperlakukan mengenai harga terhadap suatu produk yang ditawarkan perusahaan.

5. Konsumen merasa puas karena kebutuhannya terpenuhi

Kebutuhan konsumen bukan hanya dari kualitas produk, melainkan juga dari segi kualitas pelayanan perusahaan. Dengan pelayanan yang baik, maka konsumen akan merasa bahwa semua kebutuhannya telah dipenuhi oleh perusahaan.

6. Nama baik perusahaan meningkat

Hal ini dikarenakan semakin banyaknya konsumen yang merasa puas dan menjadi konsumen setia sehingga nama baik perusahaan pun meningkat di mata semua konsumen.

7. Unggul dalam persaingan bisnis

Maksudnya unggul disini yaitu perusahaan bisa dikatakan satu langkah didepan perusahaan lainnya dalam bersaing karena konsumen telah mempercayai baik dari segi pelayanan maupun kualitas produk perusahaan tersebut.

E. Faktor–Faktor yang Menghambat dan Mempelancar Pelayanan

1. Faktor Penghambat Pelayanan

Adapun faktor yang mempengaruhi pelayanan, berikut ini faktor yang mempengaruhi pelayanan :

a. Pelayanan Yang Tidak Memuaskan

Banyak hal yang menyebabkan nasabah tidakn puas terhadap pelayanan yang diberikan. Konsumen merasa tidak dilayani dengan baik merasa disepelkan atau tidak diperhatikan.

Konsumen yang merasa diacuhkan akan cepat tersinggung sehingga kemungkinan tidak akan melakukan transaksi atau mungkin

merasa dongkol terhadap pelayanan yang diberikan. Nasabah yang disepelekan juga akan merasa tersinggung. Disepelekan maksudnya konsumen tidak dianggap penting oleh perusahaan sehingga ada kesan yang berkembang siapa yang perlu, perusahaan atau konsumen atau sebaliknya. Konsumen yang kurang perhatian akan diperhatikan akan berpotensi untuk meninggalkan perusahaan.¹⁴

b. Produk yang Tidak Baik dan Tidak Lengkap

Kurangnya produk yang ditawarkan juga berpotensi membuat konsumen tidak menjadi pelanggan kita lagi. Hal ini disebabkan konsumen kurang memiliki pilihan. Artinya sekali berhenti dalam suatu perusahaan konsumen ingin kebutuhannya segera terpenuhi dengan tersedia produk dan jasa yang lengkap.

c. Ingkar Janji dan Tidak Tepat Waktu

Ingkar janji dan tidak tepat waktu artinya karyawan yang tidak menepati janji seperti waktu pelayanan. Hal ini sangat membahayakan dan merupakan salah satu penyebab utama konsumen kabur. Perusahaan sebaiknya tidak ingkar janji dan walaupun melakukan janji dengan konsumen terlebih dahulu diperkirakan waktu penyelesaian yang betul-betul tepat.

d. Biaya yang Relatif Mahal

Faktor besarnya beban atau biaya yang dibebankan ke konsumen juga akan mempengaruhi konsumen kabur. Biaya yang dibebankan kepada konsumen harus relatif lebih murah.

¹⁴ Kasmir, *Etika Customer Service*. (Jakarta: PT. Raja Gramindo Perkasa, 2006), h.58

Perbandingannya tentu adalah produk yang dikeluarkan perusahaan pesaing. Biaya-biaya yang dibebankan ke pelanggan adalah seperti biaya administrasi, bunga, biaya iuran atau biaya lainnya.¹⁵

2. Faktor Mempengaruhi Lancarnya Pelayanan

a. Tersedia karyawan yang baik

Kenyamanan pelanggan juga tergantung dari petugas. Petugas harus ramah, sopan, dan menarik. Disamping itu petugas harus cepat tanggap, pandai bicara menyenangkan serta pintar. Petugas juga harus mampu mengikat dan mengambil hati pelanggan hingga pelanggan semakin tertarik. Demikian juga kerja harus cepat dan cekatan.

b. Tersedia sarana dan prasarana yang baik

Pelanggan ingin dilayani secara prima. Untuk melayani pelanggan salah satu hal yang paling penting diperhatikan adalah sarana dan prasarana yang dimiliki suatu perusahaan. Meja dan kursi harus nyaman untuk diduduki. Udara dalam ruangan juga harus tenang tidak berisik dan sejuk. Kelengkapan dan kenyamanan sarana dan prasarana ini akan mengakibatkan pelanggan nyaman untuk berurusan dengan perusahaan.

c. Bertanggung jawab kepada setiap pelanggan sejak awal hingga selesai

Dalam menjalankan kegiatan pelayanan petugas harus mampu melayani dari awal sampai tuntas. Pelanggan akan merasa puas jika petugas bertanggung jawab terhadap pelayanan yang diinginkannya.

¹⁵*Ibid*, h. 60

Jika terjadi sesuatu maka segera petugas yang semula mengerjakannya mengambil alih tanggung jawabnya.

d. Mampu melayani secara cepat dan tepat

Dalam melayani pelanggan diharapkan petugas dapat melakukan sesuai prosedur, layanan yang diberikan sesuai jadwal untuk pekerjaan tertentu dan jangan membuat kesalahan dalam arti pelayanan yang diberikan sesuai dengan keinginan pelanggan¹⁶.

e. Mampu berkomunikasi

Petugas harus mampu berbicara dengan baik dan cepat memahami keinginan pelanggan.

f. Memberi jaminan kerahasiaan setiap transaksi

Menjaga rahasia perusahaan sama halnya menjaga rahasia pelanggan. Rahasia perusahaan merupakan taruhan kepercayaan pelanggan kepada perusahaan.

g. Memiliki kemampuan dan pengetahuan yang baik

h. Berusaha memahami kebutuhan pelanggan

i. Mampu memberikan kepercayaan kepada pelanggan.¹⁷

F. Sikap Melayani Konsumen

Karena pelanggan dan calon pelanggan memiliki sikap dan perilaku yang berbeda-beda, CS (*customer service*) perlu memahaminya. Bila CS (*customer service*) telah mengerti dan memahami sifat-sifat pelanggan secara

¹⁶ Drs. H.A.S. Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2000) Edisi 1, Cet. Ke 4, h.119

¹⁷ *Kasmir, OpCit*, h. 209-211

umum maka langkah atau sikap melayani pelanggan pun harus diperhatikan. Sikap yang kurang baik akan mempengaruhi terhadap hasil pelayanan yang akan diberi.

Berikut ini beberapa sikap yang harus diperhatikan dalam melayani pelanggan:

1. Memberi Kesempatan Pelanggan Berbicara

Seorang CS (*customer service*) harus memberikan kesempatan terlebih dahulu kepada pelanggan untuk mengemukakan keinginannya. Dalam hal ini petugas CS (*customer service*) harus dapat menyimak dan berusaha memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan dengan baik, sehingga tidak salah informasi yang menyebabkan salah paham.

2. Mendengarkan Dengan Baik

Selama pelanggan mengemukakan pendapatnya CS (*customer service*) hendaknya mendengar dan menyimak dengan baik-baik apa-apa yang dikemukakan pelanggan. CS (*customer service*) diharapkan dapat menghindari gerakan yang dapat menyinggung pelanggan, terutama gerakan tubuh yang dianggap tidak sopan.

3. Tidak Menyela Pembicaraan

Sebelum pelanggan selesai bicara CS (*customer service*) hendaknya tidak memotong atau menyela pembicaraan. Usahakan menanggapi pelanggan jika sudah benar-benar selesai bicara sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.¹⁸

¹⁸ Kasmir, *Op. Cit*, h.282-283

4. Ajukan Pertanyaan

Jika ada hal-hal yang kurang jelas atau kurang lengkap, CS (*customer service*) dapat mengajukan pertanyaan. Pengajuan pertanyaan kepada pelanggan dilakukan apabila pelanggan sudah selesai bicara. Pengajuan pertanyaan hendaknya dengan bahasa yang baik, singkat, dan jelas.¹⁹

5. Jangan Marah Dan Jangan Mudah Tersinggung

Kadang-kadang seorang pelanggan atau calon pelanggan bertingkah di luar batas. Namun, dalam hal ini seorang CS (*customer service*) harap tidak menyinggung pelanggan, baik dalam cara bicara, sikap, atau nada bicara. Selain itu, CS (*customer service*) diharapkan tidak mudah marah terhadap pelanggan yang bertemperamen tinggi. Usahakan tetap sabar dalam melayani.

6. Jangan Mendebat Pelanggan

Jika ada hal-hal yang kurang setuju, usahakan memberikan penjelasan dengan sopan. CS (*customer service*) diharapkan tidak berdebat atau memberikan argumen yang tidak dapat diterima oleh pelanggan.

7. Jaga Sikap Sopan, Ramah, Dan Selalu Berlaku Tenang

Selama melayani pelanggan atau calon pelanggan, CS (*customer service*) diharapkan mampu memberikan atau menunjukkan sikap sopan santun dan ramah tamah. Selain itu, emosi harus tetap terkendali dan

¹⁹*Ibid*, h. 284

selalu berlaku tenang dalam menghadapi pelanggan yang kurang menyenangkan.

8. Jangan Menangani Hal-Hal Yang Bukan Wewenangnya

Seorang CS sebaiknya tidak menangani hal-hal atau tugas-tugas yang bukan merupakan pekerjaannya atau wewenangnya. Serahkan tugas-tugas tersebut kepada karyawan yang berhak sehingga tidak terjadi kesalahan dalam memberikan informasi.

9. Tunjukkan Sikap Perhatian Dan Sikap Ingin Membantu

Pelanggan yang datang ke perusahaan pada prinsipnya ingin dibantu. Oleh karena itu, berikan perhatian sepenuhnya dan tunjukkan bahwa kita memang ingin membantu pelanggan.

G. Konsep Kualitas Pelayanan

Modernitas dengan kemajuan teknologi akan mengakibatkan persaingan yang sangat ketat untuk memperoleh dan mempertahankan pelanggan. Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan supaya mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Pola konsumsi dan gaya hidup pelanggan menuntut perusahaan mampu memberikan pelayanan yang berkualitas. Keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dapat ditentukan dengan pendekatan *service quality*.

SERQUAL (*service quality*) dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama, yaitu persepsi pelanggan atas layanan yang nyata mereka terima

(*perceived service*) dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan (*expected service*).

Jika kenyataannya lebih dari yang diharapkan maka layanan dapat dikatakan berkualitas, dan sebaliknya. Singkat kata, kualitas jasa dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima (parasuraman dkk). Harapan para pelanggan pada dasarnya sama dengan layanan seperti apakah yang seharusnya diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan.²⁰

Kualitas layanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir dengan kepuasan pelanggan serta persepsi positif terhadap kualitas layanan. Sebagai pihak yang membeli dan mengkonsumsi produk/jasa, pelanggan yang menilai tingkat kualitas layanan sebuah perusahaan. Namun tantangannya adalah penilaian konsumen terhadap kinerja layanan yang diterimanya bersifat subjektif, karena bergantung pada persepsi masing-masing individu.²¹

Jadi kualitas dari pelayanan berpusat pada suatu kenyataan yang ditemukan oleh pelanggan. Interaksi strategi pelayanan, sistem pelayanan dan sumber daya manusia serta pelanggan akan sangat menentukan keberhasilan dari manajemen perusahaan. Oleh karena itu perlu menerapkan strategi untuk membentuk kualitas pelayanan yang baik.²²

Sasaran dari suatu pelayanan adalah kepuasan. Kepuasan pelanggan menentukan keberhasilan dan kegagalan perusahaan, sehingga penting untuk

²⁰RahmatLupiyoadi, Hamdani A, *ManajemenPemasaranJasa*, (Jakarta: SalembaEmpat, 2006), Edisi 2, H. 181.

²¹FandyTjiptono, *Service Management MewujudkanLayanan Prima*, (Yogyakarta: Andi Yogyakarta, 2008), Edidi 1, H. 85.

²²<http://egarmarcellina.blogspot.com/2010/11/bab-ii.html>

mengetahui dan memahami bagaimana sesungguhnya para pelanggan dipuaskan.²³

Maka dengan kualitas pelayanan yang baik akan memberikan kepuasan terhadap pelanggan. Factor utama penentu kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa (Zeithaml dan Bitner)²⁴. Kepuasan pelanggan tercapai bila kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan terpenuhi.²⁵

H. Unsur-Unsur Pelayanan

Unsur pelayanan merupakan salah satu pedoman/acuan dalam memberikan pelayanan antara lain :

1. Kesederhanaan

Prosedur pelayanan harus mudah, cepat, tepat, lincer, tidak bertele-tele, mudah dipahami dan mudah dilaksanakan.

2. Kejelasan

Ada kepastian, tetap, tidak meragukan dan nyata.

3. Keamanan

Proses serta hasil pelayanan, dapat memberikan keamanan, kenyamanan dan kepastian hukum, bagi masyarakat.

²³Tony Wijaya, *Manajemen Kualitas Jasa Desain Servqual, QFD, dan kano disertai contoh aplikasi dalam kasus penelitian*, (Jakarta: Indeks, 2011), Cet. Ke 1, h. 43.

²⁴RahmatLupyyoadi, hamdani A, *Op.cit.*, h. 129.

²⁵FandyTjiptono, *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*, (Yogyakarta: Andi Yogyakarta, 2005), Edisi ke-5, h. 129.

4. Keterbukaan

Masyarakat memperoleh informasi yang jelas tentang prosedur, persyaratan, serta jabatan yang bertanggung jawab, waktu penyelesaian, dan biaya yang wajib dibayar.

5. Efisien

Persyaratan yang diwajibkan hanya yang berkaitan langsung dengan pelayanan dan tidak ada pengulangan persyaratan.

6. Ekonomis

Hemat, pelayanan harus wajar, sesuai dengan perundang-undangan yang berlaku.

7. Keadilan yang merata

Semua konsumen/pelanggan/masyarakat yang dilayani, harus diperlakukan sama.

8. Ketepatan waktu

Waktu pelayanan tidak berlarut-larut, petugas datang tepat waktu, (sesuai jadwal) dan urusan pelayanan selesai tepat waktu.²⁶

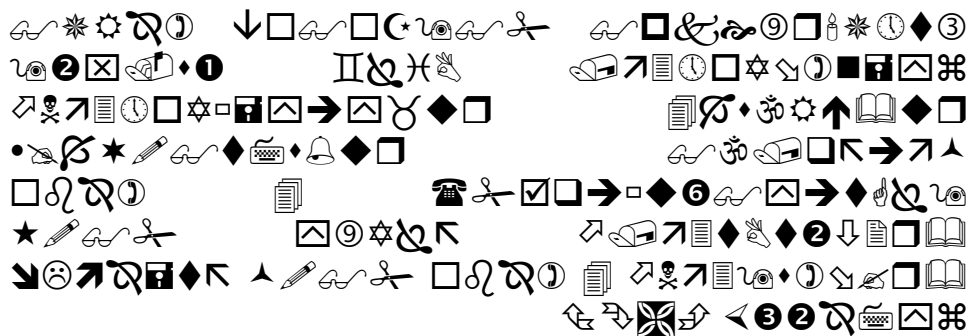
I. Pengertian dan Konsep Islam Mengenai Pelayanan

Dalam Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha baik berupa barang maupun pelayanan/jasa hendaknya memberikan yang berkualitas, jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas kepada orang lain.

²⁶ [http://iwandah.blogspot.com/2010/03/customerservice pelayanan nasabah.html](http://iwandah.blogspot.com/2010/03/customerservice%20pelayanan%20nasabah.html)

1. Prinsip persamaan (musawah)

Prinsip persamaan yang diterapkan dalam pelayanan adalah dengan memberikan perlakuan yang sama kepada setiap konsumen yang datang sesuai dengan standar yang diterapkan pada perusahaan penyedia jasa, tanpa melihat latarbelakang dari konsumen tersebut. indikator utama dalam pemberian pelayanan adalah status mereka yang datang sebagai seorang konnsumen, artinya telah membeli ataupun menggunakan produk/jasa yang mereka tawarkan.PT AHASS Pekanbaru telah menjalankan prinsip persamaan dalam memberikan pelayanan service motor, dimana setiap konsumen yang datang untuk melakukan service motor tetap harus mengantri (menunggu sesuai giliran)tanpa melihat latar belakang dari konsumen tersebut. Prinsip persamaan ini telah diajarkan oleh Nabi Muhammad SAW. pada hakikatnya setiap manusia sama disisi Allah, perbedaan manusia hanya terletak pada derajat ketaqwaan masing-masing orang terhadap Allah, seperti firman Allah Surat Al-Hujarat ayat 13.

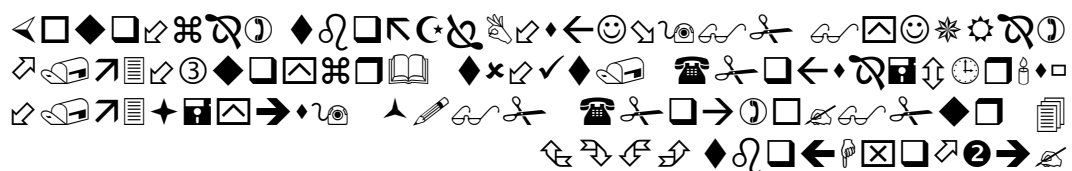


Artinya: *“hai manusia, sesungguhnya kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal-mengenal. Sesungguhnya orang yang paling*

*mulia diantara kamu disisi Allah ialah orang yang paling taqwa diantara kamu. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui lagi Maha Mengenal.*²⁷

2. Prinsip Persaudaraan (Ukhuwah)

Prinsip persaudaraan yang dijalankan pada PT AHASS merupakan prinsip yang mengharuskan untuk memberikan pelayanan tanpa melihat perbedaan suku, ras, budaya maupun agama. Sehingga hal ini dapat membangun jiwa profesional pada diri masing-masing karyawan dalam memberikan pelayanan. Dalam melayani konsumen karyawan ahaas PT. Global Jaya menganggap semua konsumen sebagai saudaranya yang harus dihormati dan di layani dengan baik tanpa membeda-bedakan ras, suku, dan status sosialnya. Dan tidak memandang buluh siapa konsumennya. Perkasa Semua muslim bersaudara, prinsip ini dengan sendirinya mengatasi adanya perbedaan bangsa, ras, suku, dan status social. Jadi sekalipun berbeda status social masing-masing manusia, prinsip persaudaraan harus dipegang teguh dalam prilaku hidup sehari-hari dan dalam memberikan nilai kepada manusia. Seperti firman Allah dalam Surat Al-Hujarat ayat 10.



Artinya: “Orang- orang beriman itu sesungguhnya bersaudara. Sebab itu damaikanlah (perbaikilah hubungan) antara kedua saudara mu itu dan takut lah terhadap Allah, supaya kamu mendapat rahmat”²⁸

²⁷Al'Quran. Surah Al-Hujaratayat 13.h.517

²⁸Ibid

3. Prinsip cinta kasih (Muhabbah)

Cinta kasih merupakan karunia rasa yang diberikan Allah SWT kepada seluruh umat manusia. Sehingga dalam hal memberikan pelayanan pun PT AHASS dituntut demikian kepada setiap konsumen yang datang. Manusia diciptakan oleh Allah sebagai makhluk yang paling mulia dan paling sempurna dari pada makhluk yang lain. Oleh karena itu, sudah sepantasnya jika manusia saling cinta-mencintai dan saling memuliakan antara sesamanya. Sesuai dengan firman Allah Surat Ali-Imron ayat 112.



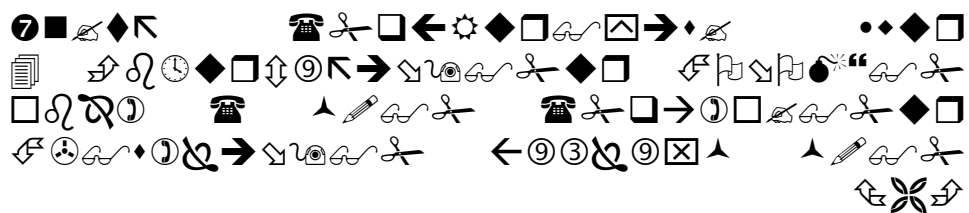
Artinya: *Mereka diliputi kehinaan di mana saja mereka berada, kecuali jika mereka berpegang kepada tali (agama) Allah dan tali (perjanjian) dengan manusia.*

Oleh karena itu setiap pemimpin, karyawan, maupun pelanggan/konsumen diharuskan saling menyayangi antar mereka.

4. Prinsip tolong-menolong (Ta'awun)

Prinsip tolong menolong juga penting diterapkan dalam memberikan suatu pelayanan. Hal ini dapat dilihat dari kemampuan dari pihak penyedia jasa pelayanan, melakukan sesuatu diluar tugasnya yang dibutuhkan konsumen sesuai dengan kemampuannya. Seorang manusia tidak akan bias berbuat banyak tanpa ada persatuan dengan manusia yang

lain, sehingga benar dalam ilmu sosial yang mengatakan manusia adalah makhluk social atau makhluk yang selalu membutuhkan bantuan orang lain dalam menjalankan kehidupannya. Oleh karena itu tolong-menolong antar sesama harus tetap terjalin karena merupakan sandaran utama bagi manusia dalam menjalankan kehidupan. Sesuai dengan firman Allah dalam Surat Al-Maidah ayat 2.²⁹



Artinya: “ *Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan taqwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran dan bertakwalah kamu kepada Allah, Sesungguhnya Allah Amat berat siksa-Nya.*³⁰

5. Prinsip Lemah Lembut (Al-Layyin)

Lemah lembut menjadi indikator penting dalam suatu pelayanan. Sikap lemah lembut dalam suatu pelayanan akan memberikan kesan positif di benak konsumen untuk bisa bersikap loyal sehingga berkeinginan untuk kembali menggunakan pelayanan tersebut. Prinsip ini dapat dilihat mulai dari kasir sampai pada montir sepeda motor dalam memberikan penjelasan mengenai kerusakan dari sepeda motor konsumen yang melakukan service pada PT AHASS Pekanbaru. Sikap ramah dan lemah lembut merupakan salah satu ajaran yang dianjurkan oleh agama islam. Lemah lembut merupakan sifat yang dicintai oleh Allah SWT dan

²⁹*ibid*

³⁰*Ibid* 2.h.106

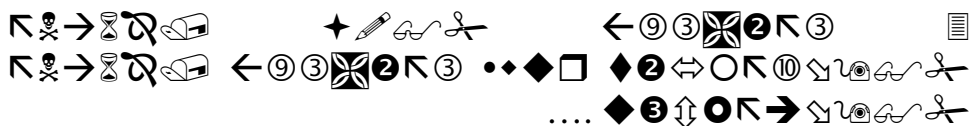
juga dengannya akan bisa meraih segala kebaikan dan keutamaan. Oleh karena itu berlemah lembutlah dalam tutur berkata pada setiap manusia, maka akan selalu diterima dalam pergaulan. Sesuai dengan firman Allah dalam surat Ali ‘Imran Ayat 159.



Artinya: ‘Maka disebabkan rahmat dari Allah lah kamu berlaku lemah lembut. Terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu.’³¹

6. Prinsip Mempermudah (AT-Taysir)

Prinsip mempermudah sebagaimana prinsip sebelumnya, juga merupakan hal penting dalam suatu pelayanan. Seperti halnya PT AHASS Pekanbaru dalam hal ini berusaha dengan menyediakan spare part dari sepeda motor yang akan melakukan service, sehingga konsumen merasa dipermudah dengan kelengkapan spare part sepeda motor yang memadai. Mudah dan mempermudah merupakan salah satu karakteristik Islam, maka permudah lah urusan sesama umat. Sesuai dengan firman Allah dalam surat Al-Baqarah ayat 185 dan hadist Rasulullah SAW.



Artinya: “Allah menghendaki kemudahan bagimu, dan tidak menghendaki kesukaran bagimu.”

³¹Ibid. hal. 71

