BAB II

KAJIAN TEORITIK

A. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Tabel 1.1
Penelitian Terdahulu yang Relevan

No	Penulis	Judul dan Jenis Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Nita Mega Hayanti Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta 2008.	Sistem Pelayanan Haji dan Umroh PT. Altur Wisata Mulia Jakarta. Jenis penelitian Kualitatif Deskriptif	1. Meneliti dalam bidang pelayanan (obyek penelitian) 2. Menggunakan pendekatan kualitatif	1. Penggunaan teori. Penelitian Nita menggunakan teori pelayanan secara umum. Sedangkan yang penulis teliti menggunakan teori pelayanan prima (Service Excellent) 2. Jenis penelitian antara deskriptif dan grounded theory.
2	Furqon	Manajemen	1. Meneliti dalam	1. Penggunaan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

	Mukminin Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang 2015.	Pelayanan Biro Perjalanan Haji dan Umroh Studi Kasus di Sultan Agung Tour and Travel Semarang. Jenis Penelitian Kualitatif Deskriptif.	bidang pelayanan (obyek penelitian) 2. Menggunakan pendekatan kualitatif	teori. Penelitian Furqon menggunakan teori pelayanan secara umum. Sedangkan yang penulis teliti menggunakan teori pelayanan prima (Service Excellent) 2. Jenis penelitian antara deskriptif dan grounded theory.
3	Dipo Khairul Islami. Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Syarif	Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Haji Dan Umroh PT. Mugi Suci Minarfa Jakarta. Jenis Penelitian Kualitatif	1. Meneliti dalam bidang pelayanan (obyek penelitian) 2. Menggunakan pendekatan kualitatif	1. Penggunaan teori. Penelitian Dipo menggunakan teori pelayanan secara umum. Sedangkan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

	Hidayatullah Jakarta 2014.	Deskriptif		yang penulis teliti menggunakan teori pelayanan prima (Service Excellent) 2. Jenis penelitian antara deskriptif dan grounded theory.
4	Yosi Putri Septiani. Fakultas Sastra dan Seni Rupa Universitas Sebelas Maret Surakarta 2008.	Strategi Pelayanan untuk Meningkatkan Jumlah Pelanggan di CV. Miki Tour Solo. Jenis Penelitian Kualitatif Studi Kasus	1. Meneliti dalam bidang pelayanan (obyek penelitian) 2. Menggunakan pendekatan kualitatif	1. Penggunaan teori. Penelitian Yosi lebih ditekankan pada strategi pelayanan untuk meningkatkan jumlah pelanggan. Sedangkan yang penulis teliti lebih menggunakan pada teori pelayanan prima (Service

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

				Excellent) 2. Jenis penelitian antara Studi Kasus dan grounded theory.
5	Ragil Purnomo. Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta 2015.	Manajemen Pelayanan Calon Konsumen Haji (Studi Kasus Panitia Penyelenggara Ibadah Haji Embarkasi Solo *Of City* Musim Haji Tahun 2015). Jenis Penelitian Kualitatif Deskriptif	1. Meneliti dalam bidang pelayanan (obyek penelitian) 2. Menggunakan pendekatan kualitatif	1. Penggunaan teori. Penelitian Ragil menggunakan teori fungsi manajemen menurut T. Hani Handoko, Indikator Pelayanan menurut Fandy Tjipto. Sedangkan yang penulis teliti menggunakan teori pelayanan prima (Service Excellent) 2. Jenis penelitian antara

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

				deskriptif dan grounded theory.

B. Kerangka Teori

1. Manajemen Pelayanan

a. Pengertian Manajemen

Manajemen merupakan kata serapan dari bahasa inggris, yaitu "*management*" yang dalam bahasa Indonesia berarti pengaturan atau cara kerja.[1] Secara terminologi, yang dimaksud dengan manajemen adalah seni dan ilmu perencanaan, pengorganisasian, penyusunan, pengarahan dan pengawasan daripada sumber daya manusia untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan terlebih dahulu.[2]

Pada dasarnya, ilmu manajemen merupakan naluri dari setiap manusia dalam memenuhi tujuannya. Namun, keadaan seperti ini hanya merupakan penerapan manajemen secara naluriah. Jika menjalankan manajemen secara naluriah maka tidak jarang akan terjadi adanya kekeliruan, baik yang di sengaja maupun tidak di sengaja. Juga akan terjadi ketidakefisienan dalam pelaksanaan manajemen. Dari ketidakefisienan inilah akhirnya akan berakibat tidak dapat tercapainya tujuan yang diharapkan atau paling tidak akan terjadi ketidak sesuaian hasil yang diperoleh dengan yang diharapkan. Manajemen seperti ini tidak boleh diterapkan untuk organisasi yang besar, misalnya suatu perusahaan dan lembaga pemerintah. Dalam keadaan demikian, maka harus diterapkan manajemen yang baik serta professional.

[1] Siswandi, 2011, *Aplikasi Manajemen Perusahaan: Analisis Kasus dan Pemecahannya*, Mitra Wacana Media, Jakarta, hal. 1.
[2] Manullang, 1990, *Dasar-Dasar Manajemen*, Ghalia, Jakarta, hal. 17.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Menurut Manullang yang dikutip oleh Ratminto dan Atik Septi Winarsih mendefinisiskan manajemen sebagai "Seni dan ilmu perencanaan, pengorganisasian, penyusunan, pengarahan, dan pengawasan daripada sumber daya manusia untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan terlebih dahulu."[3]

Dari beberapa pengertian yang dikemukakan oleh para pakar tersebut dapat disimpulkan bahwa manajemen adalah suatu proses untuk mencapai sasaran dan tujuan dengan menjalankan setiap fungsi sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan dan bisa disebut juga sistem kerjasama yang melibatkan orang lain agar tercapai tujuan bersama.

b. Fungsi Manajemen

Menurut Nickels dan McHugh and McHugh, fungsi manajemen ada empat, yaitu *planning, organizing, directing dan controlling.* [4]

1. *Planning* (Perencanaan)

Perencanaan adalah suatu proses perumusan di muka tentang berbagai tindakan yang akan dilakukan di kemudian hari guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan.[5]Perencanaan merupakan tugas penting dalam sebuah organisasi. Perencanaan adalah langkah utama yang penting dalam keseluruhan proses manajemen agar faktor produksi yang biasanya sangat terbatas dapat diarahkan secara maksimal untuk mencapai tujuan. Untuk membuat suatu rencana ada beberapa tindakan yang harus dilalui, yaitu:[6]

a) Menetapkan tugas dan tujuan

[3] Ratminto dan Atik Septi Winarsih, 2005, *Manajemen Pelayanan,* Pustaka Pelajar, Yogyakarta, hal. 1.
[4] Nickels dan McHugh and McHugh, dikutip oleh Ernie Tisnawati Sule dan Kurniawan Saefullah, 2009, *Pengantar Manajemen*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, hal. 8.
[5] Siswandi, 2011, *Aplikasi Manajemen Perusahaan: Analisis Kasus dan Pemecahannya*, Mitra Wacana Media, Jakarta, hal. 41.
[6] Manullang, 1990, *Dasar-Dasar Manajemen*, Ghalia, hal. 52.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b) Mengobservasi dan menganalisa

c) Mengadakan kemungkinan-kemungkinan

d) Membuat sintesa

e) Menyusun rencana

2. *Organizing* (Pengorganisasian)

Pengorganisasian atau *Organizing* adalah proses penyusunan orang dan gaya fisik untuk melaksanakan rencana dalam mencapai tujun organisasi.[7] Pengorganisasian merupakan tindak lanjut setelah perencanaan. Dalam tahap manajemen yang kedua ini, akan diimplementasikan apa yang telah direncanakan. Hasil dari pengorganisasian adalah sebuah struktur.

Dalam organisasi, suatu perusahaan akan dihadapkan pada problem-problem sosial masyarakat. Dimana persoalan ini sering kali berbeda dengan persoalan-persoalan matematika atau eksakta. Dalam ilmu eksakta, kita akan menjumpai 1+1 samadengan 2, sedangkan dalam organisasi 1+1 belum tentu 2. Hal ini bisa diakibatkan berubahnya suatu tujuan secara individu atau perkembangan keadaan yang mewajibkan pelaku organisasi berfikir secara cepat. Cara berfikir inilah yang setiap individu berbeda.

3. *Directing* (Pengimplementasian)

Pengimplementasian atau Pelaksanaan adalah perwujudan dalam tindakan dari rencana yang telah digariskan guna mencapai tujuan atau target organisasi yang telah digariskan.[8] Pengimplementasian merupakan tindakan nyata dari apa yang telah direncanakan sebelumnya.

4. *Controlling* (Pengawasan)

---

[7] Siswandi, 2011, *Aplikasi Manajemen Perusahaan: Analisis Kasus dan Pemecahannya*, Mitra Wacana Media, Jakarta, hal. 51.
[8] Siswandi, 2011, *Aplikasi Manajemen Perusahaan: Analisis Kasus dan Pemecahannya*, Mitra Wacana Media, Jakarta, hal. 75.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Schermerhorn mendefinisikan pengawasan sebagai proses dalam menetapkan ukuran kinerja dan pengambilan tindakan yang dapat mendukung pencapaian hasil yang diharapkan sesuai dengan kinerja yang telah ditetapkan tersebut.[9] Dalam pengawasan terdapat empat tahapan yang harus dilalui, yaitu:[10]

a) Penentuan standar dan metode pengukuran kinerja; Meliputi penentuan ukuran-ukuran kinerja yang dipergunakan sebagai dasar penentuan tingkat pencapaian tujuan yang telah ditentukan di dalam perencanaan.
b) Proses evaluasi dan penilaian; Pengukuran terhadap realita yang telah terjadi sebagai hasil kerja dari tugas yang telah dilakukan.
c) Penentuan apakah kinerja sesuai dengan standar; Penyocokkan kinerja di lapangan dengan standar.
d) Proses perbaikan; Langkah-langkah tindakan koreksi terhadap penyimpangan.

c. Pengertian Pelayanan

Menurut Gronros yang dikutip oleh Ratminto dan Atik Septi Winarsih mendefinisikan pelayanan sebagai:

> "Suatu aktifitas atau serangkaian aktifitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen atau pelanggan."[11]

Pelayanan juga diartikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah. Jadi dapat disimpulkan bahawasanya pelayanan adalah sesuatu yang diberikan

[9] Schermerhorn, dikutip oleh Ernie Tisnawati Sule dan Kuniawan Saefullah, 2009, *Pengantar Manajemen*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, hal.317.
[10] Indriyo Gitosudarmo dan Agus Mulyono, 2001, *Prinsip Dasar Manajemen*, BPFE, Yogyakarta, hal. 154-156.
[11] Raminto dan Atik Septi Winarsih, 2005, *Manajemen Pelayanan*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, hal. 3.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

oleh perusahaan kepada pembeli dan pelanggan untuk menciptakan loyalitas para pembeli dan pelanggan terhadap perusahaan.

Dalam melayanai pembeli dan pelanggan, kualitas pelayanan pun perlu diperhatikan karena jika layanan jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal (Unggul). Sebaliknya jika layanan jasa yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan buruk. Maka dengan demikian baik buruknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia layanan suatu jasa dalam upaya untuk memenuhi harapan pelanggan secara konsisten, tepat, dan memuaskan.

d. Manajemen Pelayanan

Berdasarkan pengertian manajemen dan pelayanan yang sudah dijelaskan diatas, maka pengertian manajemen pelayanan dapat diartikan sebagai suatu proses penerapan ilmu untuk menyusun rencana, mengimplementasikan rencana, mengordinasikan dana dan menyelesaikan aktifitas-aktifitas pelayanan demi tercapainya tujuan-tujuan pelayanan.

Untuk dapat menyelenggarakan manajemen pelayanan dengan baik, ada beberapa prinsip manajemen pelayanan yang dapat dipakai sebagai acuan. Prinsip-prinsip tersebut antara lain:[12]

1) Identifikasikan kebutuhan konsumen yang sesungguhnya.
2) Sediakan pelayanan yang terpadu (*one-stop-shop*).
3) Buat sistem dan mendukung pelayanan konsumen.
4) Usahakan agar semua orang atau karyawan bertanggung jawab terhadap kualitas pelayanan.

[12] Ratminto dan Atik Septi Winarsih, 2005, *Manajemen Pelayanan*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, hal. 87.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

5) Layanilah keluhan konsumen secara baik.
6) Terus berinovasi.
7) Karyawan adalah sama pentingnya dengan konsumen.
8) Bersikap tegas tapi ramah terhadap konsumen.
9) Menjalin komunikasi dan interaksi khusus dengan konsumen.
10) Selalu mengontrol kualitas

e. Ciri Pelayanan yang Baik

Pengertian pelayanan yang baik adalah kemampuan perusahaan dalam meberikan kepuasan kepada konsumen dengan standar yang sudah ditetapkan. Kemampuan tersebut ditujukan oleh sumber daya manusia dan sarana atau prasarana yang dimiliki. Banyak perusahaan yang ingin dianggap selalu yang terbaik dimata konsumen. Karena konsumen akan menjadi setia terhadap produk yang ditawarkan. Disamping itu, perusahaan juga berharap pelayanan yang diberikan kepada konsumen dapat ditularkan kepada calon konsumen lainnya. Hal ini merupakan promosi tersendiri bagi perusahaan yang berjalan terus secara berantai dari mulut ke mulut, dengan kata lain, pelayanan yang baik akan meningkatkan image perusahaan dimata konsumennya, image ini harus selalu dibangun agar citra perusahaan dapat selalu meningkat.

Dalam prakteknya pelayanan yang baik memiliki ciri-ciri tersendiri dan hampir perusahaan menggunakan kriteria yang sama untuk membentuk ciri-ciri pelayanan yang baik. Terdapat beberapa faktor pendukung yang berpengaruh langsung terhadap mutu pelayanan yang diberikan.

Yang mempengaruhi pelayanan yang baik pertama adalah faktor manusia memberikan pelayanan tersebut. Manusia (karyawan) yang melayani

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

konsumen harus memiliki kemampuan melayani konsumen secara tepat dan cepat. Disamping itu, karyawan harus memiliki kemampuan dalam berkomunikasi, sopan santun, ramah, dan bertanggung jawab penuh terhadap konsumennya.

Kedua, pelayanan yang baik juga harus diikuti oleh tersedianya sarana dan prasarana yang mendukung kecepatan, ketepatan, dan keakauratan pekerjaan. Sarana dan prasarana harus dilengkapi oleh kemajuan teknologi terkini. Pada akhirnya, sarana dan prasarana yang dimiliki juga harus dioperasikan oleh manusia yang berkualitas juga. Jadi dapat dikatakan kedua faktor tersebut saling menunjang satu sama lainnya.

Berikut ini beberapa ciri pelayanan yang baik bagi perusahaan dan karyawan, sebagai berikut : [13]

1) Tersedianya karyawan yang baik

   Kenyamanan pelanggan sangat tergantung dari karyawan yang melayaninya. Karyawan harus ramah, sopan, dan menarik. Disamping itu, karyawan harus tetap tanggap, pandai bicara, menyenangkan, serta pintar, karyawan harus mampu memikat dan mengambil hati pelanggannya sehingga para pelanggan semakin tertarik. Demikian juga dengan cara kerja karyawan harus rapi, cepat, dan cekatan.

2) Tersedianya sarana dan prasarana yang baik

   Pada dasarnya pelanggan ingin dilayani secara prima. Untuk melayani pelanggan, salah satu hal yang paling penting diperhatikan disamping kualitas dan kuantitas sumber daya manusia adalah sarana dan prasarana yang dimiliki oleh perusahaan. Peralatan dan fasilitas yang

[13] Kasmir, 2005, *Etika Customer Service*, PT. Raja Gravindo Persada, Jakarta, hal. 186-187.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dimiliki seperti ruang tunggu dan ruang untuk menerima tamu harus dilengkapi berbagai fasilitas sehingga membuat pelanggan menjadi nyaman atau betah dalam ruangan tersebut.

3) Bertanggung jawab kepada setiap pelanggan sejak awal hingga selesai

Artinya dalam menjalankan kegiatan pelayanan karyawan harus bisa melayani dari awal sampai selesai. Pelanggan akan merasa puas jika karyawan bertanggung jawab terhadap pelayanan yang diinginkannya. Jika terjadi sesuatu karyawan yang dari awal menangani masalah tersebut, secara segera mengambil alih tanggung jawabnya.

4) Mampu melayani secara cepat dan tepat

Mampu melayani secara cepat dan tepat, artinya dalam melayani pelanggan diharapkan karyawan harus melakukannya sesuai dengan prosedur yang ada. Layanan yang diberikan sesuai dengan jadwal untuk pekerjaan tertentu dan jangan membuat kesalahan dalam arti pelayanan yang di berikan tidak sesuai dengan standar perusahaan dan keinginan pelanggan.

5) Mampu berkomunikasi

Mampu berkomunikasi artinya karyawan harus mampu berbicara kepada pelanggan. Karyawan juga harus dengan cepat memahami keinginan pelanggan. Selain itu, karyawan harus dapat dapat komunikasi dengan bahasa yang jelas dan mudah dimengerti. Jangan menggunakan istilah yang sulit di mengerti.

6) Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik

Untuk menjadi karyawan yang khusus melayani pelanggan harus memiliki kemampuan tertentu. Karena tugas karyawan selalu berhubungan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dengan manusia, karyawan perlu dididik khususnya mengenai kemampuan dan pengetahuannya untuk menghadapi masalah pelanggan atau kemampuan dalam bekerja. Kemampuan dalam bekerja akan mampu mempercepat proses pekerjaan sesuai dengan waktu yang diinginkan.

7) Berusaha memahami kebutuhan konsumen

Berusaha memahami kebutuhan pelanggan artinya karyawan harus cepat tanggap terhadap apa yang diinginkan oleh pelanggan. Karyawan yang lamban akan membuat pelanggan lari. Usahakan mengerti dan memahami keinginan dan kebutuh pelanggan secara cepat.

8) Mampu memberikan kepercayaan kepada konsumen

Kepercayaan calon pelanggan kepada perusahaan mutlak diperlukan sehingga calon pelanggan mau menjadi konsumen perusahaan yang bersangkutan. Demikian pula untuk menjaga konsumen yang lama perlu dijaga kepercayaan agar tidak lari. Semua ini melalui pelayanan karyawan khususnya dari seluruh karyawan perusahaan umumnya.

Agar pelayanan dapat memuaskan kepada orang atau sekelompok orang yang dilayani, maka petugas yang melayani harus memiliki empat kriteria pokok. Yaitu: tingkah laku yang sopan, cara penyampaian yang sesuai dan berkaitan dengan apa yang seharusnya diterima orang yang bersangkutan, waktu penyampaian yang tepat dan keramah-tamahan.

Dengan demikian, kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon atas ketidaksesuaian antara harapan sebelumnya dengan kinerja aktual yang dirasakan pemiliknya. Harapan pelanggan memiliki peranan yang sangat besar sebagai standar perbandingan dalam evaluasi maupun kepuasan.

2. Pelayanan Prima (*Service Excellent*)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Pengertian Pelayanan Prima (*Service Excellent*)

Menurut Nina Rahmayanty mendefinisikan pelayanan prima (*service excellent*) sebagai "suatu pola layanan terbaik dalam manajemen modern yang mengutamakan kepedulian terhadap pelanggan." [14]

Layanan prima di dalam dunia bisnis disebut juga sebagai *excellent service*. *Excellent service*, *customer service*, dan *customer care* pada dasarnya adalah sama, hanya berbeda pada konsep pendekatannya saja. Namun yang paling penting dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan, minimal harus ada tiga hal pokok, yakni: peduli pada pelanggan, melayani dengan tindakan terbaik, dan memuaskan pelanggan dengan berorientasi pada standar layanan tertentu. Jadi, keberhasilan program pelayanan prima tergantung pada penyelarasan kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan, dan tanggungjawab dalam pelaksanaannya.[15]

Jadi, dapat disimpulkan bahwa pelayanan prima (*excellent service*) adalah pelayanan yang memenuhi standar kualitas yang sesuai dengan harapan dan kepuasan pelanggan. Sehingga dalam pelayanan prima terdapat dua elemen penting yang saling berkaitan yaitu pelayanan dan kualitas.

b. Tujuan dan Manfaat Pelayanan Prima (*Service Excellent*)

Tujuan dari pelayanan prima adalah memberikan pelayanan yang memuaskan pelanggan dan berfokus hanya pada pemberian layanan kepada pelanggan. Pada sektor publik, pelayanan prima didasarkan pada 'pelayanan adalah pemberdayaan'. Pelayanan prima yang diberikan oleh sektor bisnis berorientasi pada profit, sedangkan pelayanan prima yang diberikan oleh

[14] Nina Rahmayanty, 2010, *Manajemen Pelayanan Prima*, Graha Ilmu, Bandung, hal 4
[15] *Ibid*, hal. 5.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sektor publik bertujuan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dengan cara yang terbaik.

Secara lebih luas, keberhasilan pelayanan prima diharapkan berujung pada hasil berikut:[16]

1) Pelanggan memutuskan untuk langsung membeli produk / jasa yang kita tawarkan pada saat itu juga
2) Menciptakan kepercayaan pelanggan atas produk / jasa yang kita tawarkan
3) Pelanggan tetap setia menggunakan produk / jasa kita
4) Pelanggan membeli kembali produk / jasa kita
5) Menghindari terjadinya tuntutan-tuntutan atau komplain yang tidak perlu dari pelanggan

c. Karakteristik Pelayanan Prima (*Service Excellent*)

Terdapat beberapa karakteristik Pelayanan Prima (*Service Excellent*) agar pelanggan merasa puas atas produk / jasa yang kita tawarkan, antara lain yaitu:[17]

1) Pelayanan yang ramah
2) Bersikap sopan dan penuh hormat
3) Tampil yakin
4) Memberikan kesan ceria
5) Berpenampilan rapi
6) Senang bergaul
7) Mudah memaafkan
8) Senang belajar dari orang lain
9) Senang pada hal-hal yang etis dan wajar

[16] *Ibid*, hal. 7.
[17] Ciputra UCEO, 2015, *PelayananPrima / Excellent Service*, diakses pada tanggal 31 Mei 2016 dari http://www.ciputra-uceo.net/blog/2015.7/7/pengertian-pelayanan-prima

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

10) Pandai menyenangkan orang lain

d. Konsep Dasar Pelayanan Prima (*Service Excellent*)

Menurut Nina Rahmayanty konsep dasar pelayanan prima (*Service Excellent*) adalah sebagai berikut:[18]

1) Kemampuan (*Ability*)

Kemampuan tertentu yang meliputi kemampuan kerja di bidang kerja yang ditekuni yang dibutuhkan untuk menunjang program layanan prima (*excellent service*) seperti: melaksanakan komunikasi yang efektif, mengembangkan motivasi, dan menggunakan humas sebagai alat untuk membina hubungan ke dalam dan ke luar oraganisasi / perusahaan.

2) Sikap (*Attitude*)

Perilaku tertentu yang harus ditonjolkan ketika berhadapan dengan pelanggan.

3) Penampilan (*Apprearance*)

Penampilan fisik ataupun non-fisik yang merefleksikan kredibilitas kepada pelanggan.

4) Perhatian (*Attention*)

Kepedulian penuh terhadap pelanggan, yang berkaitan dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan, maupun memahami saran dan kritiknya.

5) Tindakan (*Action*)

Kegiatan nyata yang dilakukan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan

6) Tanggung jawab (*Accountability*)

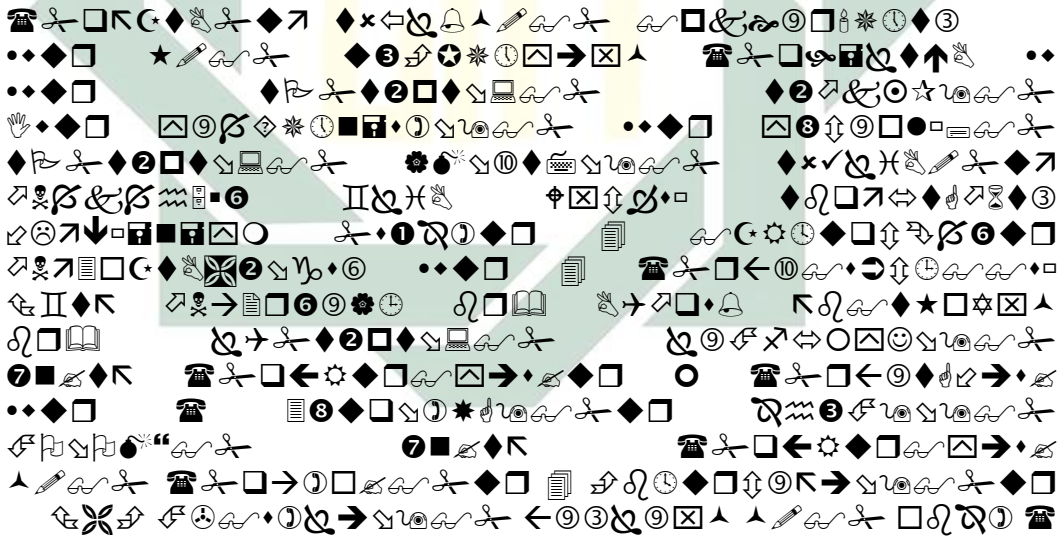
[18] Nina Rahmayanty, 2010, *Manajemen Pelayanan Prima*, Graha Ilmu, Bandung, hal 15

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sikap keberpihakan kepada pelanggan sebagai bentuk kepedulian, untuk meminimalkan ketidakpuasan pelanggan.

3. Konsep Pelayanan Dalam Islam

Ajaran islam didasarkan dan ditunjukkan untuk membentuk akhlak yang luhur. Manusia diharapkan melakukan perbuatan yang baik, indah, serasi dan harmonis. Dengan demikian prinsip manajemen dan pelaksanaannya wajib dijiwai, dipimpin dan diarahkan untuk mencapai kebaikan (maslahah) berdasarkan konsepsi dan norma-norma yang ditetapkan oleh Allah dan Rosulnya.[19] Salah satu wujud dari manajemen yang baik adalah dengan adanya pelayanan yang baik. Pelayanan ini dijelaskan dalam firman Allah surat Al Maidah ayat 2 sebagai bentuk tolong menolong, yaitu Allah menyeru para hambaNya untuk saling tolong menolong dalam kebaikan.



"Hai orang-orang yang beriman janganlah kamu melanggar syiar syiar Allah, dan jangan melanggar kehormatan bulan-bulan haram, jangan (mengganggu) binatang-binatang hadya, dan binatang-binatang qalaaid, dan jangan (pula) mengganggu orang-orang yang mengunjungi Baitullah sedang mereka mencari karunia dan keridaan dari Tuhannya dan apabila kamu telah menyelesaikan ibadah haji, maka bolehlah berburu. Dan janganlah sekali-kali kebencian (mu) kepada sesuatu kaum karena mereka menghalang-halangi kamu dari masjidil haram, mendorongmu berbuat aniaya (kepada mereka). Dan tolong menolonglah

[19] Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, UPP AMP YKPN, Yogyakarta, hal. 169

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan taqwa, dan jangan tolong menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertaqwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya" (QS: Al Maidah : 2) [20]

Dalam ayat diatas telah dijelaskan bahwa Allah menyeru kepada hamba-hambaNya untuk saling tolong menolong dalam hal kebaikan. Sebagai makhluk sosial sudah jelas akan saling membutuhkan manusia lainnya untuk membantu dalam segala aspek kehidupannya. Seperti dalam hal pelayanan, pelayanan merupakan salah satu bentuk tolong menolong selama pelayanan tersebut mengarah pada hal-hal kebaikan (positif). Terdapat ayat Al Quran yang lebih spesifik tentang pelayanan yaitu pada surat Ali Imron Ayat 159, dimana dijelaskan agar berlaku baik dan memberikan pelayanan dengan lemah lembut kepada sesama konsumen/jamaah

"Maka disebabkan rohmat dari Allah-lah kamu lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun dari mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertaqwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertwakkal kepada-Nya. (QS : Ali Imron : 159) [21]

[20] Kementrian Agama RI, *Al-Quran transliterasi Per Kata dan Terjemahan Per Kata*
[21] Kementrian Agama RI, *Al-Quran transliterasi Per Kata dan Terjemahan Per Kata*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Adapuun kiat-kiat membangun citra di mata pelanggan menurut Uswah Rosululloh SAW dalam sebuah perusahaan yaitu:[22]

a. Penampilan

Tidak membohongi pelanggan, baik mencakup besaran kauntitas maupun kualitas.

b. Pelayanan

Pelanggan yang tidak sanggup membayar kontan hendaknya diberi tempo untuk melunasinya. Selanjutnya, pengampunan (bila memungkinkan) hendaknya diberikan, jika ia benar-benar tidak sanggup membayarnya.

c. Persuasi

Menjauhi sumpah yang berlebihan dalam menjual suatu barang.

d. Pemuasan

Hanya dengan kesepakatan bersama, dengan suatu usulan dan penerimaan, maka penjualan akan sempurna.

4. Haji dan Umroh

a. Pengertian Haji dan Umroh

Dalam buku fiqih empat madzhab bagian ibadat (puasa, zakat, haji. kurban), Abdurrahman al Zaziri menyatakan bahwa yang dimaksud dengan haji secara bahasa adalah menuju kemuliaan. Sedangkan pengertian haji secara istilah adalah amalan-amalan tertentu dan cara tertentu pula.[23]

Menurut Bahruddin HS. Pengertian haji adalah sengaja berkunjung menziarahi ka'bah yang terletak di masjidil haram tepatnya di kota makkah,

[22] Muhammad Ismail Yusanto, 2003, *Menggagas Bisnis Islam*, Gema Insani, Jakarta, hal. 168
[23] Abdul Rahman Al-Zaziri, 1996, *Fiqih Empat Madzhab Bagian Ibadah (Puasa, Zakat, Haji, Kurban) Cet Ke-1*, Darul Ulum Press, Jakarta, hal. 79.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dengan niat manunaikan ibadah haji yaitu rukun islam yang kelima memenuhi perintah Allah SWT.[24]

Dari beberapa pengertian tersebut dapat dipahami bahwa haji adalah suatu ibadah yang dilakukan dengan mengunjungi ka'bah, dan dilakukan pada waktu tertentu serta syarat-syarat yang telah ditentukan atau ditetapkan. Kesemuanya itu dilakukan dalam rangka mentaati perintah Allah SWT dan untuk mencapai ridha-Nya.

Ibadah haji tidak dilakuakan di sembarang tempat, disembarang waktu, dan sembarang perbuatan. Apabila haji dilakukan dalam keadaan demikian, hal ini bukanlah haji.

Ibadah haji mulai diperintahkan pada akhir tahun ke-9 Hijriah (setelah nabi berada di Madinah), dengan diturunkannya ayat yang berkaitan dengan kewajiban tersebut, yaitu ayat 97, QS: Ali Imran yang berbunyi:

Artinya: *mengerjakan haji adalah kewajiban manusia terhadap Allah, yaitu (bagi) orang yang sanggup mengadakan perjalanan ke Baitulloh* (QS. Ali Imran: 97)

Perintah haji diturunkan pada tahun itu belum dilakukan oleh Rasulullah dan kaum muslimin karena adanya suatu halangan. Haji baru dapat dilakukan oleh nabi dan kaum muslimin setahun kemudian, yaitu pada tahun ke-10 Hijriah. Haji inilah satu-satunya haji yang dilakukan oleh Rasulullah.

Ibadah haji merupakan ibadah besar yang setiap saat orang dapat menunaikannya, karena melaksanakan ibadah haji membutuhkan kekuatan fisik, disamping kekuatan dana bagi muslim yang tinggal jauh dari Makkah. Oleh karena itu, Allah hanya mewajibkan bagi orang-orang yang mampu.

[24] Bahrudin HS, 1984, *Pembinaan Mental Bimbingan Al-Quran*, Bima Aksara, Jakarta, hal. 107.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Adapun pengertian umroh, kata umroh berasal dari I'timar yang berarti ziarah, yakni menziarahi ka'bah dan berthawaf disekelilingnya, kemudian bersa'I antara shafa dan marwa, serta mencukur rambut (tahallul) tanpa wukuf di arafah.[25] Dalam buku bimbingan manasik haji departemen agama RI, umroh ialah berkunjung ke Baitullah untuk melakukan thawaf, sa'I dan bercukur demi mengharap ridho Allah.[26]

[25] Muhammad Baqir Al-Habsi, 1999, *Fiqih Praktis*, Mizan, Bandung, hal. 377.
[26] Departemen Agama RI, 2000, *Bimbingan Ibadah Haji, Umroh dan Ziarah*, Jakarta, hal. 30.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id