Vol. 8 Nomor 1, Februari 2017 ISSN: 1997 - 8350

ULUWIYAH

JURNAL PENDIDIKAN, KEAGAMAAN DAN HUMANIORA

Konsep Kepribadian (Personality)
M. Imam Bukhori

Kemampuan dan Inteligensi
Mahmud

Hereditas dan Lingkungan dalam Proses Perkembangan
Wakhi

Pertumbuhan dan Perkembangan Manusia
Rofiqoh N

Hakikat Evaluasi Dalam Pendidikan Islam
Mochamad Ghozi

Pendidikan dalam perspetif KH. Hasyim Asy'ari
Aly Syukron

Pendidikan perspetif KH. Ahmad Dahlan
Nurul Hasanah

Hakekat Kedudukan Manusia, Tugas dan Tujuan Hidupnya
Moh. Zamroni

Sejarah Hukum Islam di Turki
Asmawi

Kepekaan Menghadapi Globalisasi Dengan Menguatkan Sikap Memberdayakan Diri Sebagai Manusia Yang Berdaya Saing Secara Intelektual, Standart Secara Moral, Dan Berkemampuan Dalam Iptek
Nining Khurrotul Aini

Pentingnya melaksanakan layanan prima Terhadap pelanggan perpustakaan
ST. Zulaichah

DAFTAR ISI

Editorial	*(ii)*	
Daftar Isi	*(iv)*	
M. Imam Bukhori	*Konsep Kepribadian (Personality)*	*1-14*
Mahmud	*Kemampuan dan Inteligensi*	*15-25*
Wakhi	*Hereditas dan Lingkungan dalam Proses Perkembangan*	*26-40*
Rofiqoh N	*Pertumbuhan dan Perkembangan Manusia*	*41-53*
Mochamad Ghozi	*Hakikat Evaluasi Dalam Pendidikan Islam*	*54-69*
Aly Syukron	*Pendidikan dalam perspetif KH. Hasyim Asy'ari*	*70-80*
Nurul Hasanah	*Pendidikan perspetif KH. Ahmad Dahlan*	*81-91*
Moh. Zamroni	*Hakekat Kedudukan Manusia, Tugas dan Tujuan Hidupnya*	*92-100*
Asmawi	*Sejarah Hukum Islam di Turki*	*101-110*
Nining Khurrotul Aini	*Kepekaan Menghadapi Globalisasi Dengan Menguatkan Sikap Memberdayakan Diri Sebagai Manusia Yang Berdaya Saing Secara Intelektual, Standart Secara Moral, Dan Berkemampuan Dalam Iptek*	*111-116*
ST. Zulaichah	*Pentingnya melaksanakan layanan prima Terhadap pelanggan perpustakaan*	*117-128*

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

Pentingnya melaksanakan layanan prima Terhadap pelanggan perpustakaan[1]

Oleh: ST. Zulaichah*

There are three ways to do excellent service such as using approach or attitude concept, attention and action. Excellent service with attitude concept includes three main points, polite and harmonious appearance, positive thinking, healthy and logical, and appreciative attitude. The best service based on approach or attention concept also includes three main points, such as Dan Truly understanding customers' needs, arising and rewarding customers and devoting utmost attention to customers. Excellent service to customers based on approach or concept of action (five key points) to note, keyword is the number of customer needs, notification of the needs of the customers, according to the needs of the customers and declared willing to return.
Excellent service is a service that meets the standards of service to customer demand.How does the service meet the standards ?. Service quality products expected by customers. Thus in the excellent service there are two things that are interconnected, ie between services with quality.

Keywords: *Quality, Costumer*

Pendahuluan

Secara sederhana layanan prima (exellent service atau layanan yang terbaik) dapat diartikan sebagai layanan yang berorientasi pada pemenuhan tuntutan pelanggan mengenai kualitas suatu produk, baik barang maupun jasa dengan sebaik-baiknya.

Layanan prima berdasarkan konsep A3 maksudnya layanan yang diberikan kepada pelanggan dengan menggunkan pendekatan atau konsep sikap(attitude),perhatian(attention) dan tindakan (action). Layanan prima diberikan kepada pelanggan dengan menggunakan pendekatan atau konsep sikap (attitude) meliputi tiga hal pokok, penampilan yang sopan dan serasi, berfikir positif, sehat dan logis, dan sikap menghargai.Layanan terbaik yang diberikan kepada pelanggan berdasarkan pendekatan atau konsep perhatian(attention) juga mencakup tiga hal pokok,

---

[1] Makalah disampaikan dalam rangka Work Shop Etika Layanan Perpustakaan pada mahasiswa di IAI "Uluwiyah" Mojosari Mojokerto.

* UIN Sunan Ampel Surabaya

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

antara lain yaitu mendengarkan dan memahami secara sungguh-sungguh kebutuhan para pelanggan, mengamati dan menghargai perilaku para pelanggan dan mencurahkan perhatian penuh kepada para pelanggan.

Exellent service terhadap pelanggan berdasarkan pendekatan atau konsep tindakan (action) ada lima hal pokok yang perlu diperhatikan, diantaranya adalah mencatat setiap pesanan para pelanggan, mencatat kebutuhan para pelanggan, mewujudkan kebutuhan para pelanggan dan menyatakan mau kembali.

Layanan prima merupakan layanan yang memenuhi layanan standar terhadap permintaan pelanggan. Bagaimana layanan yang memenuhi standar?. Maksudnya adalah layanan yang kualitas produk yang diharapkan oleh pelanggan.dengan demikian dalam layanan prima terdapat dua hal yang saling berkaitan, yaitu antara layanan dengan kualitas.[2] Sebenarnya layanan prima dapat diterapkan diberbagai organisasi, seperti lembaga, badan,dinas, yayasan dan sebagainya.

Secara konseptual kualitas dapat diterapkan pada barang maupun jasa, karena yang ditekankan dalam penerapannya adalah perbaikan system kualitas tidak hanya perbaikan kualitas barang dan jasa. Dengan demikian maka yang perlu diperhatikan dalam pengembangan dan peningkatan kualitas adalah system kualitas meliputi perencanaan kualitas, pengendalian system kualitas, serta perbaikan system kualitas.[3]

Kualitas

Banyak sekali definisi tentang kualitas, sehingga tidak ada difenisi yang diterima secara universal. Namun dari berbagai definisi tersebut ada beberapa kesamaan, yaitu dalam hal-hal sebagai berikut:

1) Kualitas meliputi usaha memenuhi kebutuhan atau melebihi harapan pelanggan.
2) Kualitas merupakan kondisi yang setiap saat mengalami perubahan.
3) Kualitas mencakup produk,jasa, manusia,proses dan lingkungan.
4) Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk,jasa, manusia,proses,dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan[4]

Dengan demikian maka berdasarkan pendapat Vincent Gespersz (1997:21) yang mengemukan bahwa kualitas pelayanan dimensi-dimensi dibawah ini.

---

[2] Munir (1998). *Layanan Umum*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
[3] Muklis (2001) *Implementasi layanan Publik*.Yogyakarta: UGM Press
[4] Goetsch dan Davis(1994) *Good Service is Good Business*.Sidney: Prentice Hall Australia.

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

1) Ketepatan waktu layanan, berkaitan dengan waktu tunggu dan waktu proses[5];

2) Akurasi layanan, berkaitan dengan keakuratan layanan dan bebas dari kesalahan[6].

3) Kesopanan dan keramahan dalam memberikan pelayanan, berkaitan dengan perilaku orang-orang yang berinteraksi langsung kepada layanan eksternal[7].

Tanggung jawab,berkaitan dengan penerimaan pesanan dan penanganan keluhan pelanggan dari pelanggan eksternal (masyarakat)[8].

4) Kemudahan mendapatkan layanan berkaitan dengan banyaknya petugas yang melayani dan fasilitas pendukung;[9]

5) Kenyamanan dalam memperoleh layanan berkaitan dengan lokasi, ruangan tempat layanan, tempat parker, ketersediaan informasi, dan petunjuk atau panduan yang lain;[10]

6) Atribut pendukung layanan lainnya, seperti lingkungan kebersihan ruang tunggu,fasilitas musik, AC dan lain-lain.[11]

Dimensi kualitas layanan atau layanan prima tersebut perlu diperhatikan oleh setiap perusahaan bisnis,terutama dalam menetapkan biaya atau harga yang harus dikeluarkan pelanggan untuk membayar jasa yang diterimanya.Biaya ditetapkan harus kompetitif dengan pesaing lainnya dalam industri jasa dan menghidari penggunaan system dumping.

---

[5] Ketepan waktu layanan maksudnya bahwa dalam melayani pelanggan harus sesuai dengan jam yang tertera dalam aturan yang telah terpasang untuk kepentingan pelanggan.Karena jika petugas sudah ingkar dalam waktu maka kepercayaan terhadap petugas lama-lama akan menjadi rapuh atau punah sehingga pelanggan akan meninggalkan kita.

[6] Akurasi layanan maksudnya bahwa ketika pelanggan menggunakan jasa kita harus benar-benar akurat dan jangan sampai mengecewakan pelanggan, dalam layanan perpustakaan kadangkala buku yang tersedia ada ketika dicari bukunya sudah rusak, atau sudah mengembalikan buku masih dipanggil.

[7] Kesopanan dan keramahan maksudnya dalam melayani hendaknya kita lihat siapa yang kita layani, dan jangan sekali-kali melayani sambil makan dan sebagainya.

[8] Tanggung jawab,berkaitan dengan penerimaan pesanan dan penanganan keluhan pelanggan dari pelanggan eksternal (masyarakat) maksudnya bahwa pesanan kita terima dengan sebaik-baiknya, maka perpustakaan harus menyediakan format pesanan dan memrikan jawaban jika sudah mendapatkan koleksi yang diinginkan, dan menerima keluhan pelanggan dan jangan elergi kritik dari pelanggan serta menjawab maksimal lima hari setelah ada keluhan dari pelanggan.

[9] Kemudahan mendapatkan layanan berkaitan dengan banyaknya petugas yang melayani dan fasilitas pendukung, jika akan eksis maka kemudahan dalam mendapatkan layanan maka ketika menjadi anggota prosedur layanan harus lebih baik disertai factor pendukung yang memadai.

[10] Kenyamanan dalam memperoleh layanan berkaitan dengan lokasi, ruangan tempat layanan, tempat parkir, ketersediaan informasi, dan petunjuk atau panduan yang lain maksudnya mulai masuk pintu gapura harus merasa nyaman, sampai duduk diruang baca sudah tidak memikirkan helmnya hilang atau tidak dan lain sebagainya.

[11] Ketujuh uraian tersebut diatas dapat dibaca pada kepurtusan Menpan Nomor 24 tahun 2003 tentang layanan publik.

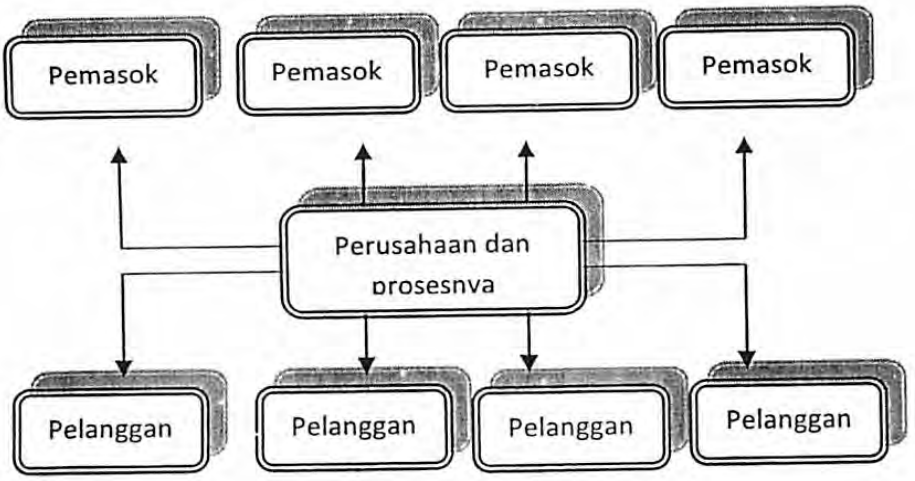
digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pelanggan

Dalam kehidupan sehari-hari kita meberikan definisi pelanggan adalah setiap orang yang membeli atau menggunakan suatu produk, baik barang atau jasa secara terus menerus (kontinyu).Pelanggan atau pengguna produk merupakan orang yang berhubungan langsung dengan perusahaan bisnis setelah produk dihasilkan.Adapun pihak yang bernegosiasi dengan perusahaan bisnis sebelum proses menghasislkan produk disebut pemasok.

Gambar : 1

Konsep hubungan pemasok dengan pelanggan



Dilihat dari segi perbaikan kualitas,definisi pelanggan adalah setiap orang yang menuntut pemberiu jasa untuk memenuhi suatu standar kualitas layanan tertentu, yang akan memberikan pengaruh kepada performansi (performance) pemberi jasa tersebut.Ada penertian pelanggan yaitu:[12]

1) Pelanggan adalah orang yang tidak tergantung pada suatu produk,tetapi produk yang tergantung pada orang tersebut;

2) Pelanggan adalah orang yang membawa pemberi jasa kepada keinginan;

3) Pelanggan adalah orang yang membawa pemberi jasa kepada keinginannya;

4) Tidak ada seorang pun yang pernah menang beradu argumentsi dengan pelanggan.

Macam-macam pelanggan

1) Pelanggan internal (internal costumer)

[12] Tjiptono (1998) *Hubungan pelanggan*.Jakarta: Bumi Aksara

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

Pelanggan internal (internal custumer) merupakan orang yang berada didalam perusahaan dan memiliki pengaruh pada performnasi pekerjaan.Berdasarkan keanggotaannya pelanggan internal ada dua, yaitu pelanggan internal organisasi dan pelanggan internal pemerintah.

a) Pelanggan internal organisasi adalah setiap orang yang berada dalam terkena dampak produk dan merupakan anggota organisasi yang menghasilkan produk tersebut.

b) Pelanggan internal pemerintah adalah setiap orang yang terkenal dampak produk dan bukan anggota organisasi penghasil produk,tetapi masih dalam lingkungan organisasi atau instansi pemerintah.

2) Pelanggan perantara

Pelanggan perantara (intermediate custumer) adalah setiap orang yang berperan sebagai perantara, bukan sebagai pemakai produk,Agen-agen Layanan Terpusat Perpustakaan Sekolah (LTPS) atau Layanan Terpusat Perpustakaan Desa (LTPD) yang memasarkan kepada pelanggan, sehingga tidak perlu jauh-jauh dating ke perpustakaan atau pusat produk yang lebih dikenal dengan sebutan pusat layanan.

3) Pelanggan eksternal

Pelanggan eksternal (external custumer),adalah setiap orang yang membayar untuk menggunakan produk yang dihasilkan.Pelanggan eksternal merupakan pelanggan atau pemakai akhir,atau disebut juga sebagai pelanggan nyata (real customer).Dalam kehidupan sehari-hari kita keliru mengklasifikasi seorang pelanggan.Apakah pelanggan itu bertindak sebagai pembayar dari pelanggannya dengan kartu yang lain. Misalnya bagi anggota eksternal mebayar uang sebanayak yang ditentukan oleh perpustakaan.

Pentingnya Melaksanakan Layanan Prima terhadap Pelanggan.

Setiap *perpustakaan* pemberi jasa tentunya bertujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan.Salah satu cara dalam menciptakan dan mempertahankan pelanggan adalah dengan melaksanakan pelayanan prima berdasarkan konsep A3 (attitude,attention,action).

Kalau kita melihat sektor swasta banyak perusahaan yang melaksanakan konsep layanan prima,tetapi pelanggan mengalami kesulitan dalam mengevaluasi kualitas layanan yang telah diberikan perusahaan.Sulitnya pelanggan dalam mengevaluasi kualitas dari layanan mendorong berbagai perusahaan bisnis berorientasi kepada

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

kepuasan pelanggan.dengan demikian, dibutuhkan komitmen dan tindakan nyata dalam memberikan layanan prima kepada pelanggan.[13]

Ada beberapa kreteria yang menunjukkan suatu layanan diantaranya adalah sebagai berikut ini:

a) layanan merupakan pengeluaran tak berbentuk(intangible output)
b) layanan merupakan pengeluaran variable yang tidak standar;
c) layanan hanya dapat dikonsumsi dalam produksi;
d) layanan tidak dapat diproduksi secara massal;
e) melalaui proses layanan akan terjalin hubungan perusahaan layanan;
f) layanan kepada seseorang diberikan dengan pertimbangan yang sangat matang;
g) perusahaan bisnis pada umumnya bersifat pada karya;
h) fasilitas layanan berada dekat lokasi pelanggan;
i) pengukuran efektivitas layanan bersifat subyektif.

Perusahaan bisnis atau penjual jasa dalam menciptakan dan memeprtahankan pelanggan merupakan tujuan utama. Sebabnya,kelancaran suatu perusahaan dalam meningkatkan usahanya memerlukan partisipasi pelanggan. Layanan prima yang diberikan oleh suatu perusahaan dapat dinilai dari banyak tidaknya permintaan pelanggan terhadap produk yang dihasilkan.Layanan prima suatu perusahaan dinilai baik layanan prima terhadap akan dinilai jelek apabila tingkat permintaannya ***rendah***.

Biasanya pelanggan akan menilaia kualitas layanan dan kualitas barang,Namun bagi pelanggan yang terpenting adalah kualitas layanan, termasuk perilaku pelayan, apa penjual ramah atau tidak? Hal kedua yang diperhatikan pelanggan adalah kualitas barang, apakah barang tersebut baik.

Sebagai seorang pelanggan, ada yáng bersikap ekonomis, yaitu mencari barang atau jasa yang berkualitas tinggi dengan biaya yang dikeluarkan serendah mungkin.Apabila keinginan pelanggan tercapai maka pelanggan tersebut akan menjadi pelanggan tetap. Namun jika rendahnya kualitas layanan maka pelanggan akan meninggalkan tempat langgannya.

Seorang pelayan hendaknya tidak angkuh,kurang perhatian,atau memprioritaskan salah satu pelanggannya.Sebab,sikap-sikap seprti itu akan berakibat fatal.Pelanggan yang seharusnya diberikan layanan prima sehingga mendapatkan kepuasan tentunya

[13] Untuk evaluasi terhadap layanan pemerintah sudah ada pedoman survei indek kepuasan masyarakat (IKM) , dan unsure evaluasinya ada 14 unsur.

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

meninggalkan yang sikapnya jelek itu.Ada pepatah mengatakan bahwa pelanggan adalah " raja".Oleh sebab itu seorang pelayan memperhatikan kualitas layanan yang harus diberikan kepada pelanggan.

Seorang pakar manajemen yang dijuluki sebagai bapak gerakan TQM(Total Quality Manajemen) Dr.W Edwards Deming mengemukakan konsep yang dikenal dengan siklus Deming atau disebut juga Siklus PDSA(Plan,Do,Study,Act). Siklus deming pada dasarnya ditujukan untuk perbaikan kualitas layanan.

1) Tahap Plan (Perencanaan)

Rencana perbaikan kualitas mencakup empat langkah.

a) Identifikasi peluang dilakukannya perbaikan;

b) Dokumentasikan proses yang ada saat ini;

c) Menciptakan visi proses yang perlu diperbaiki;

d) Menentukan jangkauan usaha perbaikan.

2) Tahab Do (pelaksanaan)

Rencana yang telah disusun dan diimplementasikan secara bertahap dan berkesinambungan.Pelaksanaan rencana tersebut hendaknya dirancang sebelum diproduksi secara penuh.

3) Tahap Study (Pemeriksaan).

Hasil implementasi rencana diperiksa dan dicatat, yang kemudian dijadikan dasar bagi langkah penyesuaian dan perbaikan.

4) Tahap Act (Pemeriksanaan)

penyesuaian dilaksanakan berdasarkan kepada komponen study di atas.Langkah selanjutnya adalah mengulangi siklus untuk rencana perbaikan selanjutnya.

Stamatis(1966) mengemukakan konsepnya tentang TQS (Total Quality Service).TQS menurut Stamatis adalah sistem manajamen strategi dan integrative yang melibatkan semua manajer dan pegawai serta menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif untuk memperbaiki secara berkesinambungan proses organisasi, agar dapat memenuhi dan melebihi kebutuhan,keinginan dan harapan pelanggan.

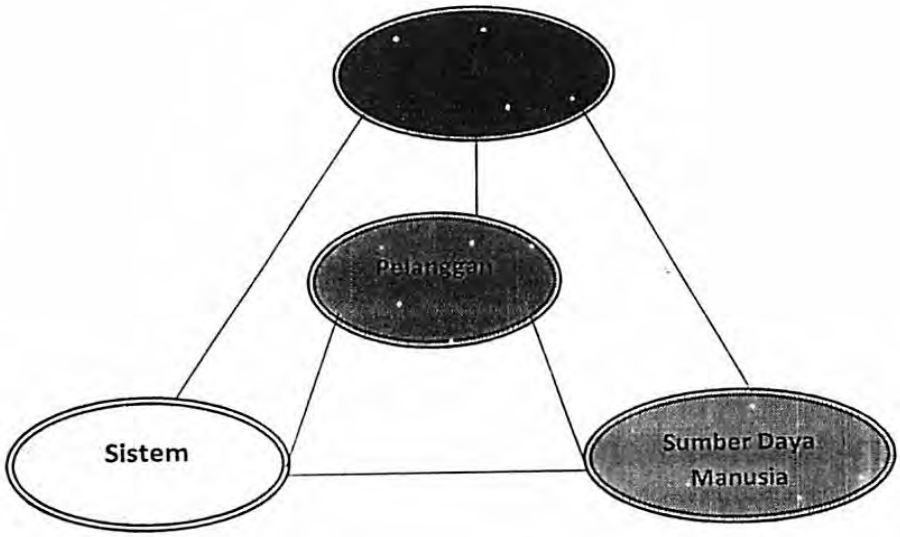
Ada tiga dimensi yang berkaitan dengan TQS antara lain strategi,system,dan SDM.Strategi adalah merupakan dimensi yang digunakan sebagai pendekatan yang efektif dalam mencapai sasaran dalam mencapai organisasi melalui layanan yang baik kepada pelanggan.Sistem adalah program dan prosedur yang baik dirancang untuk

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

mendorong penyampaian layanan yang nyaman dan berkualitas terhadap pelanggan. Sumber Daya Manusia adalah tenaga kerja disegala bidang yang memiliki kapasitas yang bersifat responsip terhadap keinginan pelanggan.

Adapun tujuan dari TQS adalah mewujudkan tercapainya kepuasan pelanggan,memberikan tanggung jawab kepada setiap orang, dan melakukan perbaikan layanan secara terus menerus.

Gambar : 2
Konsep Total Quality Service



Harapan Pelanggan

Harapan pelanggan terhadap tingkat layanan kualitas yang diberikan oleh perusahaan bisnis tentunya semakin meningkat. Apabila perusahaan bisnis tidak mampu meningkatkan kualitas berarti perusahaan itu tidak mampu meningkatkan kualitas berarti perusahaan itu tidak memberikan layanan prima menurut standar.hal itu menunjukkan bahwa tidak ada kemampuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan.Akibatnya perusahaan bisnis tersebut akan ditinggalkan oleh pelanggannya.

Pada hakekatnya tujuan setiap perusahaan bisnis adalah untuk menciptakan,mempertahankan, dan memberi kepuasan kepada pelanggan.Memberikan kepuasan kepada pelanggan merupakan bagian bagian dari konsep tindakan dalam layanan prima, Semua kegiatan perusahaan bisnis tidak akan ada artinya jika akhirnya

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

tidak menghasilkan peningkatan kepuasan pelanggan. Layanan prima yang dapat memberikan kepuasan pelanggan mempunyai beberapa manfaat antara lain:

1) Komunikasi antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis;
2) Mendorong terciptanya loyalitas pelanggan;
3) Memberikan dasar baik bagi pelanggan ulang;
4) Membentuk suatu opini public yang menguntungkan bagi perusahaan;
5) Profitabilitas perusahaan akan meningkat;

Pengertian Kepuasan pelanggan

Ada beberapa macam pengertian yang diberikan oleh para pakar, antara lain:

a) Menurut Tse dan Wilton(1988:204) mengatakan kepuasan pelanggan adalah respons pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaianya.

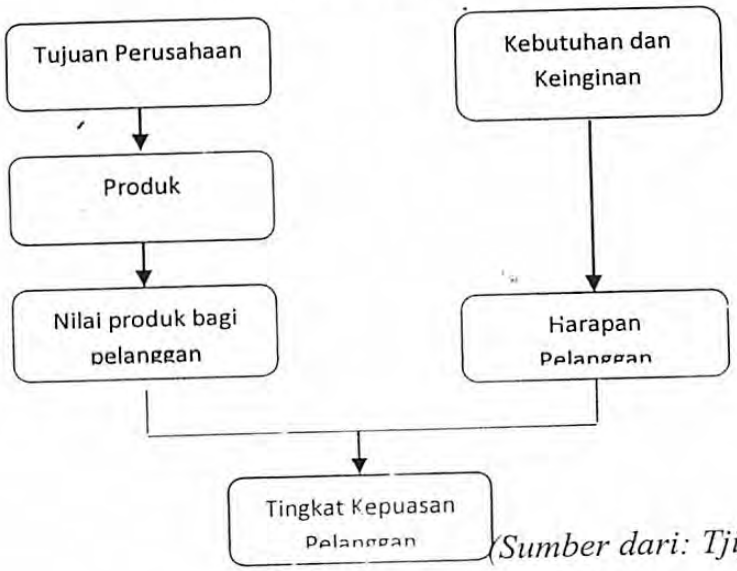
b) Wilkie(1990:622) mengatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi produk atau jasa.

c) Kepuasan pelanggan adalah evaluasi purna beli dimana alternative yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil(outcome) tidak memenuhi harapan

d) Kotler mengtakan kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya.

Gambar : 3

Konsep Kepuasan pelanggan



(Sumber dari: Tjiptono(1887:130)

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

Untuk mewujudkan dan mempertahankan kepuasan pelanggan,suatu perusahaan bisnis harus melakukan beberapa hal antara lain (a) mengidentifikasi pelanggan,(b) memahami tingkat harapan pelanggan (c) memahami strategi kualitas layanan terhadap pelanggan (d)Siklus pengukuran dan umpan balik dari kepuasan pelanggan , dan masih ada 3(tiga) harapan antara lain asumsi,spesifikasi dan kesenangan.

Harapan pelanggan pada tingkat pertama adalah berbentuk asumsi, misalnya saya berharap perpustakaan yang saya kunjungi menyediakan buku yang saya perlukan. Pada tingkat kedua yaitu spesifikasi , misalnya kepuasan yang tercermin melalui pemenuhan standar layanan.Misalnya saya berharap dilayani dengan penuh perhatian oleh petugas layanan.Pada tingkat ketiga, harapan pelanggan adalah menuntut suatu kesenangan,sehingga menimbulkan daya tarik. Misalnya saya berharap perpustakaan memberikan bantuan pencarian buku, seperti yang diberikan kepada pelanggan lainnya.

Dengan demikian jika kita tarik kesimpulan bahwa pada umumnya harapan pelanggan tersebut diantaranya adalah tersedia dan terpenuhinya kebutuhan,sikap sopan sntun,perhatian atau layanan yang cepat. Namun harapan tersebut tidak semua terpenuhi disebabkan oleh hal-hal berikut ini:

a) Pelanggan keliru mengkomunikasikan jasa yang diinginkan;
b) Pelanggan keliru menginterprestasikan signal-signal perusahaan.
c) Miskunikasi rekomendasi dari mulut ke mulut;
d) Miskumunikasi penyediaan jasa oleh pesaing kinerja karyawan perusahaan jasa yang buruk.

Dalam memenuhi harapan pelanggan diperlukan suatu strategi layanan, sehingga dapat diberikan kepuasan kepada pelanggan.Strategi layanan dapat menentukan pelatihan, perilaku dan penyampaian layanan spesifik yang tepat. Strategi tersebut meliputi 4 (empat) hal yaitu atribut layanan pelanggan,pendekatan untuk penyempurnaan kualitas jasa,system umpan balik untuk kualitas layanan pelanggan dan implementasi.

Seorang penjual atau pedagang dalam memberikan pelayanan jasa hendaknya tepat waktu, akurat, tanggungjawab, memberikan kemudahan, disiplin, sopan dan ramah, serta meberikan kenyamanan kepada para pelanggan tanpa membedakan siapa pelanggannya.

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 demikian maka seorang pelayanan jasa diperlukan atribut-atribut layanan pelanggan,seperti sikap kepedulian, suka memperhatikan, hati-hati/ cermat, ramah, bersedia membantu, bertanggungjawab, dan sikap yang bijaksana. Dalam hal ini pelayanan terhadap pelanggan ditentukan oleh perilaku penjual dengan pelanggan. Apabila hubungan interpersonal antar penjual dengan pelanggan telah tercapai maka atribut pelanggan tersebut dapat dilaksanakan dengan baik.

Biasanya orang menganggap bahwa percakapan antara penjual dan pelanggan merupakan percakapan biasa.Padahal percakapan tersebut dapat menujukkan apakah hubungan interpersonal antara penjual dengan pelanggan baik atyau tidak? Penjual dalam melakukan hubungan komunikasi dengan pelanggan tidak harus ditujukan untuk menciptakan suasana menyenangkan dalam transaksi.Memenuhi harapan pelanggan, merupakan suatu bagian dari pekerjaan seorang penjual. Oleh sebab itu pelayanan yang baik dan menyenangkan harus dilakukan oleh seorang penjual.

Pelanggan mengharapkan seorang penjual yang mempunyai sikap bersahabat, ramah tamah dan memberikan perhatian pada keinginan dan kebutuhannya. Penjual yang dapat memberikan kesan persahabatan maka menimbulkan suasana menyenangkan dan meberikan kepuasan kepada pelanggan. Penjual yang tidak memberikan kepuasan kepada pelanggan akan berakibat fatal,bahkan transaksi pelanggan akan menjadi batal. Itulah sebabnya proses penjualan memerlukan pelayanan sikap, perhatian, dan tindakan yang nyata.

Penutup

Pelayanan prima berdasarkan konsep sikap(attitude), dengan penampilan yang serasi, pelayanan pelanggan dengan cara berfikir positip dan pelayanan pelanggan dengan sikap menghargai.Dalam melaksanakan pelayanan prima berdasarkan konsep sikap, yang pertama kali harus dilakukan adalagh berpenampilan serasi.Karena berpenampilan serasi merupakan suatu keharusan bagi setiap orang, baik dalam lingkungan keluarga, pekerjaan.Kepribadian seseorang dapat dinilai dari cara orang tersebut berpenampilan, apabila penampilannya baik dan serasi, berarti orang peribadinya baik, apabila penampilannya asal-asalan berarti pribadinya tidak baik.dengan kata lain seseorang yang berkepribadian tinggi cenderung memperhatikan penampilannya.Oleh sebab itu seorang pelayan hendaknya berpenampilan serasi agar

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

menarik simpatik pelanggan.Penampilan serasi dapat ditujukkan dengan berhias,berbusana yang rapi atau ekspresi wajah yang menarik.

Pelayanan prima berdasarkan konsep perhatian (attention) dapat dilakukan dengan cara mendengarkan dan memahami kebutuhan pelanggan,mengamati perilaku pelanggan dan mencurahkan perhatian penuh kepada pelanggan.mendengar dan memamahami kebutuhan pelanggan adalah langkah pertama dalam melayani pelanggan.yaitu memberikan perhatian terhadap apa-apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh seorang pelanggan.Sebab respon mendengan adalah salah satu bagian penting dalam proses komunikasi.Kecenderungan pasif pelanggan untuk mengemukakan keinginan atau kebutuhannya oleh kegagalan penjual dalam menggunakan teknik respons mendengarkan.oleh sebab itu seorang penjula hendaknya dapat menguasai respon mendengarkan secara baik.

Pelayanan prima berdasarkan konsep tindakan (action), mencakup pelayanan dalam mencatat pesanan pelanggan, mencatat kebutuhan pelanggan, menegaskan kembali kebutuhan pelanggan,mewujudkan kebutuhan pelanggan dan menyatakan terima kasih dengan harapan pelanggan kembali.

Daftar Pustaka

Ating Tedjasutisna (1994).*Etika Kunikasi jilid 2.*Bandung : Armico

Catherine De Vrye(1994).*Good Service is good business*.Sydney: Prentice Hall Australia.

Felix A,Nigro,dkk (1997). *Modern Publik Administration*.New York: Publisher Harper dan Row.

Soetopo (1999).*Pelayanan Prima*. Jakarta ; LAN

Stamatis DH(1966). *Total Quality Service*.Singapore:SSMB Pte,Ltd

Sudarsono Hardjosoekarto(1994).*Beberapa Prespektif Pelayanan Prima*. Bisnis dan Birokrasi No.3/Vol.IV/September.

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