BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam bahasa Indonesia, pelayanan diartikan sebagai suatu cara atau perbuatan dalam melayani.[1] Pelayanan menurut Assauri di kutip dari buku manajemen pemasaran yaitu bentuk pemberian yang diberikan oleh produsen baik terhadap pelayanan barang yang diproduksi maupun terhadap jasa yang ditawarkan guna untuk memperoleh minat konsumen.[2] "Pelayanan merupakan unsur lain dari strategi produk yang tujuanya untuk mendapatkan dan mempertahankan konsumen agar tidak pindah ke tempat pesaing."[3] Maka dari itu pelayanan merupakan kunci sukses dalam keberhasilan suatu organisasi bisnis atau perusahaan jasa. Seperti yang dikemukakan AS. Moenir dalam bukunya manajemen pelayanan umum "bahwa pelayanan merupakan salah satu serangkaian kegiatan, juga merupakan suatu proses. Sebagai proses, pelayanan berlangsung secara rutin dan berkesinambungan yang meliputi seluruh kehidupan orang dalam bermasyarakat."[4]

Dalam era globalisasi saat ini persaingan bisnis menjadi sangat tajam, baik di pasar domestik (nasional) maupun di pasar internasional. Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada pelanggannya dengan memberikan pelayanan yang lebih baik dari

---

[1]Poerwadarminta, W. J. S, 1982, *Kamus Bahasa Indonesia*,Balai Pustaka, Jakarta. Hal. 80

[2] Assauri, Sofjan, 1999, *Manjemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi,* PT.Raja Grafindo Persada, Jakarta, hal. 149

[3]M Noor Rochman Hadjam, 2001, "*Efektivitas Pelayanan Prima Sebagai Upaya Meningkatkan Pelayanan Di Rumah Sakit (Perspektif Psikologi)*," No.2, hal 106

[4]AS. Moenir, 2001, *Manajemen Pelayanan Umum*, Bumi Aksara, 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

pesaingnya[5] yaitu dengan salah satu cara terbaik dalam menghadapi persaingan global adalah dengan menghasilkan suatu produk barang atau jasa dengan kualitas terbaik. Kualitas terbaik akan diperoleh dengan melakukan upaya perbaikan secara terus menerus terhadap beberapa unsur suatu organisasi yaitu manusia, proses, dan lingkungan.[6] Pembahasan faktor pelayanan dalam ruang lingkup usaha dan bisnis Menurut Tjiptono di kutip dari buku pemasaran jasa "faktor layanan telah berkembang pesat sebagai diferensiator dan kunci keunggulan".[7] Jadi layanan yang diberikan oleh unit pelayanan perusahaan tersebut dapat dijadikan untuk menciptakan nilai tambah dalam memenangkan persaingan. Persaingan yang sangat ketat dalam berbagai bidang pekerjaan membuat manusia yang yang terlibat didalamnya ingin memberikan yang terbaik bagi orang lain, terutama jika industri atau bidang kerja tersebut menyangkut hal-hal yang berhubungan dengan masalah pelayanan. Khususnya pelayanan jasa.

Pemikiran pelayanan dalam bisnis jasa pada awalnya berkembang dari penjualan produk fisik. Di buku pemasaran jasa dan kualitas pelayanan Kotler mengatakan[8] "*A service can be defined as any activity or benefit that one party can offer another that essential intangible and that does not result in the ownership anything. It's production may of may not tied to physical product.* Artinya jasa adalah sesuatu yang tidak berwujud yang tindakan atau unjuk kerja yang ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun. Dalam produksinya, jasa

[5]J. Supranto, 2001, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*, Rineka Cipta, Jakarta, hal. 1
[6]Nasution Nur M, 2005, *Manajemen Mutu Terpadu, Ghalia Indonesia, Bogor, hal .21-22*
[7] Fandy Tjiptono, 2008, *Pemasaran Jasa*, Bayumedia, Malang, hal 3
[8] Prof. Dr. Mts. Arief, M.M., MB.A., C.P.M., 2007, *Pemasaran Jasa Dan Kualitas Pelayanan,* Banyumedia Publishing,Malang, hal. 11

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

bisa terikat pada suatu produk fisik, tetapi bisa juga tidak. Dari definisi diatas, jasa dapat diartikan sebagai sesuatu yang tidak berwujud, yang melibatkan tindakan atau unjuk kerja melalui proses dan kinerja yang ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain. Dalam produksinya jasa bisa terikat pada suatu produk fisik, tetapi bisa juga tidak. Berbagai usaha bisnis yang ada di dunia ini tidak akan luput dari penyusutan marjin laba dari produk yang mereka jual, mereka terpaksa memberi perhatian yang lebih banyak untuk mencoba menghasilkan keuntungan dari jasa.

Peningkatan penggunaan jasa dalam era globalisasi dan zaman yang semakin modern ini, khususnya di negara Indonesia pemasaran jasa sekarang semakin banyak berkembang, misalnya jasa perbankan, jasa pijat, jasa notaris, dan juga bengkel servis motor. Dalam menghadapi persaingan pemasaran jasa yang ditawarkan suatu perusahaan jasa harus mengadakan strategi pemasaran yang bisa menguntungkan perusahaan tersebut. Salah satunya yaitu dengan standar operasional prosedur (SOP). "Perusahaan apa pun harus menyusun dan mengembangkan jasa pelayanan pada pelanggan mencakup sistem, aturan, keputusan, prosedur dan tata cara pelayanan serta menyampaikan produk atau jasa perusahaan."[9] Jadi Standar Operasional Prosedur (SOP) pelayanan terhadap konsumen adalah faktor terpenting yang menentukan kesuksesan pelayanan terhadap pelanggan. Karna manfaat SOP salah satunya adalah "memberikan jaminan kepada masyarakat akan kualitas pelayanan yang dipertanggung jawabkan"[10]

[9] Nina Rahmayanty, 2010, *manajemen Pelayanan Prima,* Graha Ilmu, Yogyakarta, cet 1, hal. 146
[10] Nina Rahmayanty, *manajemen Pelayanan Prima*, hal. 146

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

Pelayanan dalam Surat Ali Imran ayat 159 telah memberikan pedoman kepada mukmin (pelaku usaha) agar berprilaku baik kepada obyek dakwah (pelanggan) yang berbunyi :

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيْظَ الْقَلْبِ لَا نْفَضُوْا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَا وِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللهِ إِنَّ اللهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِيْنَ.

Artinya "Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut (tingkah laku) terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah (negosiasi) dengan mereka dalam urusan itu . Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya." (Q.S Ali Imran ayat 159)[11]

Berdasarkan ayat diatas, jelas bahwa setiap manusia dituntunkan untuk berlaku lemah lembut agar orang lain merasakan kenyamanan bila berada disampingnya. Jika pelaku bisnis tidak mampu memberikan rasa aman nyaman dengan berprilaku baik maka konsumen akan berpidah ke perusahaan lain. Pelaku bisnis dalam memberikan pelayanan harus menghilangkan jauh-jauh sikap keras hati dan harus memiliki sifat pemaaf kepada pelanggan agar pelanggan terhindar dari rasa takut, tidak percaya, dan perasaan adanya bahaya dari pelayanan yang diterima. konsumen adalah faktor terpenting yang menentukan kesuksesan pada dunia usaha bisnis. Kegagalan memberikan pelayanan baik kepada pelanggan sama artinya dengan tidak mendapatkan keuntungan, tidak dapat berkembang, tidak ada pekerjaan, dan tidak ada perusahaan.

[11]Dept. Agama RI, 1982, *Al-Qur'an Dan Terjemahanya*, Jakarta, hal. 103

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

Dalam dunia usaha bisnis yang sangat kompetitif ini, mempertahankan pelanggan agar loyal dan tidak berpaling ke perusahaan lain, merupakan salah satu hal yang senantiasa dipelihara oleh perusahaan. Kualitas pelanggan secara umum dapat dinilai berdasarakan lamanya pelanggan menggunakan jasa serta kesetiaan pelanggan untuk tidak menggunakan jasa lain yang sejenis. Pelanggan sering kali tidak loyal oleh karena salah satu sebab, misalnya karena pelanggan merasa adanya pelayanan yang kurang, pelayanan yang buruk, etika pelayanan yang kurang sopan.

Oleh karena itu Standar Operasional Prosedur (SOP) pelayanan[12] dituntut untuk ditingkatkan dengan tujuan agar dapat mendukung keberadaan suatu jasa. Hal tersebut juga perlu peranan aktif dari seluruh karyawan dan pihak yang terlibat dalam penyediaan pelayanan di bengkel Anwar motor 3. Bengkel Anwar motor 3 merupakan salah satu tempat penyedia jasa kerusakan motor. Bengkel Anwar motor 3 alamatnya di Manyar Residance h-2 Manyar Gresik. Bengkel Anwar motor 3 ini mempunyai 9 karyawan, yaitu meliputi 2 karyawan sebagai *customer,* 7 karyawan sebagai mekanik. Karna itu peneliti ingin mengetahui Standar Operasional Prosedur (SOP) pelayanan servis motor di Anwar Motor 3 di Gresik.

[12] Nina Rahmayanty, 2010, *manajemen Pelayanan Prima,* Graha Ilmu, Yogyakarta, cet 1, hal. 146

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. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan pada latar belakang, maka rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana Standar Operasional Prosedur (SOP) pelayanan jasa servis motor di bengkel Anwar 3 di Gresik?
2. Apa faktor penghambat pelaksanaan Standar Operasional Prosedur (SOP) pelayanan jasa servis motor di bengkel Anwar 3 di Gresik?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan masalah-masalah yang telah di identifikasi diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui Standar Operasional Prosedur (SOP) pelayanan jasa servis motor di bengkel Anwar 3 di Gresik.
2. Untuk mengetahui faktor penghambat pelaksanaan Standar Operasional Prosedur (SOP) pelayanan jasa servis motor di bengkel Anwar 3 di Gresik.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritik

a) Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi pengembangan ilmu dan pengetahuan yang berhungan dengan *Standar Operasional Prosedur (SOP) pelayanan*.

b) Bagi pihak Program Studi Manajemen Dakwah, penelelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi pada pengembangan penelitian di bidang disiplin ilmu Manajemen Dakwah dan menjadi referensi bagi penelitian sejenis.

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

2. Manfaat Praktis

a) Bagi peneliti berguna untuk menambah ilmu dan pengetahuan serta pengalaman bagi peneliti, khususnya mengenai *Standar Operasional Prosedur (SOP) pelayanan* dalam perusahaan jasa.

b) Bagi perusahaan bengkel Anwar 3 di Gresik, penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan masukan dan pertimbangan perusahaan untuk kedepanya dalam membangun Standar Operasional Prosedur yang mampu bersaing seiring dengan perubahan zaman.

c) Sebagai bahan masukan kepada semua perguruan tinggi, baik negeri ataupun swasta di Indonesia.

E. Definisi Konsep

Untuk menghindari terjadinya kesalahan persepsi dalam memahami penelitian ini, berikut ini akan peneliti deskripsikan mengenai konsepsi teoritis beberapa istilah dalam judul, yaitu antara lain:

1. Standar Operasional Prosedur (SOP) dalam lingkup pelayanan jasa

"Perusahaan apa pun harus menyusun dan mengembangkan jasa pelayanan pada pelanggan mencakup sistem, aturan, keputusan, prosedur, tata cara pelayanan agar dapat memudahkan dalam standar pelaksanaan pelayanan serta berguna menyampaikan produk atau jasa. Standar pelayanan tersebut disebut juga Standar Operasional Prosedur (SOP)."[13]

"Secara konseptual prosedur diartikan sebagai langkah-langkah sejumlah instruksi logis untuk menuju pada suatu proses yang

[13]Nina Rahmayanty, 2010, *manajemen Pelayanan Prima,* Graha Ilmu, Yogyakarta, cet 1, hal. 146

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

dikehendaki. Proses yang dikehendaki tersebut berupa pengguna-pengguna sistem proses kerja dalam bentuk aktivitas, aliran data, dan aliran kerja. Prosedur operasional standar adalah proses standar langkah-langkah sejumlah instruksi logis yang harus dilakukan berupa aktivitas, aliran data, dan aliran kerja."[14]

2. Pelayanan jasa

Pelayanan menurut menurut Gronroos adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan konsumen atau pelanggan.[15] Jadi pelayanan dapat didefinisikan sebagai tindakan atau kinerja yang tidak terlihat menciptakan manfaat bagi pelanggan dengan mewujudkan perubahan yang diinginkan dalam diri atau atas nama penerima. Sehingga pelayanan itu sendiri memiliki nilai tersendiri bagi pelanggan dalam hubungannya dengan penjual.

3. Jasa

Menurut Rahmat dalam buku pemasaran jasa dan kualitas pelayanan kata jasa sendiri mempunyai banyak arti, dari pelayanan personal (*Personal Service*) sampai jasa sebagai suatu produk.[16] Sedangkan lovelock lebih jelas mendeskripsikan jasa sebagai proses dari pada produk, dimana suatu proses melibatkan input dan

[14]Reni Wulandari dan Endang Sulistianingsih, 2013, *"Implementasi Standar Operasional Dan Prosedur Pelayanan Perizinan."Jurnal Administrasi Pembangunan,* Vol 1, No 3,hal 308

[15]Ratminto dan Atik Winarsih, 2005, *Manajemen Pelayanan*. Pustaka Pelajar, Yogyakarta, hal. 2

[16] Prof. Dr. Mts. Arief, M.M., MB.A., C.P.M., 2007, *Pemasaran Jasa Dan Kualitas Pelayanan,* Banyumedia Publishing,Malang, hal.45

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

mentransformasikannya sebagai output, dua kategori yang diproses oleh jasa adalah orang dan objek.[17] Definisi dari berry seperti yang dikutip oleh Zeirhaml dan Bitner[18] "*service are deeds, proces and performances.*" Disini jasa dianggap sebagai tindakan proses dan tampilan. Jasa tidak hanya dihasilkan oleh perusahaan jasa tetapi merupakan hal integral yang ditawarkan juga oleh perusahaan manufaktur.

Jadi gabungan Standar Operasional Prosedur pelayanan jasa di bengkel Anwar motor 3 dari definisi diatas adalah suatu kegiatan yang ditawarkan oleh satu pihak untuk memberi kemanfaatan bagi orang lain yang berupa pelayanan jasa servis motor.

F. Sitematika Pembahasan

Sistem pembahasan skripsi adalah pada pembahasan pertama, merupakan pembahasan dasar pemikiran yang akan menjadi pijakan penulis adalah membahas masalah-masalah yang ada, terkait dengan pembahasan skripsi ini adalah :

BAB I : Pendahuluan

Bab ini menjelaskan gambaran umum penelitian yang diangkat oleh peneliti, yaitu terdiri dari latar belakang yang dipaparkan secara ringkas tentang teori, hasil-hasil penelitian sehingga masalah yang dipilih terfokus pada rasionalitas dan historis yang akurat, rumusan masalah dan tujuan

[17]Prof. Dr. Mts. Arief, M.M., MB.A., C.P.M., 2007, *Pemasaran Jasa Dan Kualitas Pelayanan,* Banyumedia Publishing,Malang, hal. 11

[18]Prof. Dr. Mts. Arief, M.M., MB.A., C.P.M., *Pemasaran Jasa Dan Kualitas Pelayanan*, hal. 11

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

penelitian untuk mengungkap sasaran yang ingin dicapai serta mendefinisikan setiap konsep agar memudahkan untuk pemahaman judul.

BAB II: Kerangka Teori

Bab ini menjelaskan mengenai teori-teori sistem pelayanan yang terdiri dari kajian pustaka yang memaparkan tentang beberapa referensi yang digunakan untuk menelaah obyek kajian, dan kajian teoritik yang merupakan suatu model konseptual tentang bagaimana teori yang digunakan berhubungan dengan faktor yang telah diidentifikasikan sebagai masalah penelitian serta disajikan hasil penelitian dahulu yang relevan dengan penelitian yang hendak dilakukan.

BAB III : Metode Penelitian

Dalam bab ini dijelaskan bagaimana cara menyelesaikan masalah dengan data yang dimiliki dengan menggunakan metode dan teknik sesuai dengan yang diangkat, meliputi pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, tahap-tahap penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisa data serta keabsahan data.

BAB IV : Penyajian data dan Analisa Data

Bab ini menjelaskan gambaran umum obyek penelitian dn suasana sehari-hari lokasi penelitian, serta pembahasan hasil penelitian yang meliputi penyajian data serta analisis data.

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

BAB V : Penutup

Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan peneliti yang bersifat konseptual dan terkait dengan rumusan masalah serta saran-saran yang bersumber pada temuan penelitian, pembahasan dan simpulan hasil penelitian.

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