

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Implementasi

a. Menurut Guntur Setiawan implementasi yaitu suatu kegiatan perluasan aktivitas yang saling menyesuaikan proses interaksi antara tindakan dan tujuan serta memerlukan jaringan pelaksanaan dan birokrasi yang efektif.¹

b. Menurut Nurdin Usman, implementasi yaitu bermuara pada tindakan, aksi, aktivitas, atau adanya mekanisme sistem. Implementasi tidak hanya sekedar aktivitas, tetapi kegiatan yang tersusun untuk mencapai tujuan kegiatan.²

Berdasarkan pendapat para ahli diatas maka dapat disimpulkan bahwa implementasi yaitu suatu kegiatan yang telah terencana, tidak hanya sekedar aktivitas tetapi dilakukan dengan sungguh-sungguh berdasar acuan norma-norma tertentu supaya dapat mencapai tujuan dari kegiatan tersebut.

B. Pelayanan Prima (*Service Excellent*)

Pelayanan prima yaitu terjemahan dari “*Service Excellent*” secara harfiah artinya pelayanan yang terbaik atau sangat baik. Dalam arti

¹ Guntur Setiawan, *Implementasi Dalam Birokrasi Pembangunan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2004), 37

² Nurdin Usman, *Konteks Implementasi Berbasis Kurikulum*, (Jakarta: Grasindo, 2002),70

terbaik atau sangat baik yaitu karena sudah sesuai dengan standart pelayanan yang berlaku yang dimiliki suatu perusahaan.³

- a. Menurut Barata pelayanan prima yaitu rasa peduli kepada konsumen dengan memberikan pelayanan terbaik dan kemudahan dalam memenuhi kebutuhan serta mewujudkan rasa puas yang diterima pelanggan, agar mereka selalu loyal kepada perusahaan⁴
- b. Menurut Maddy pelayanan prima (*Service Excellent*) yaitu pelayanan terbaik untuk memenuhi kebutuhan serta harapan konsumen. Pelayanan yang telah sesuai dengan harapan juga kepuasan pelanggan itulah yang bisa dikatakan dengan pelayanan yang telah memenuhi standar kualitas.⁵

Definisi pelayanan prima yang seringkali diungkapkan oleh para pelaku bisnis antara lain :

- a. Pelayanan prima yaitu menjadikan pelanggan merasa dianggap penting.
- b. Pelayanan prima yaitu melayani pelanggan dengan cepat, tepat, dan ramah.
- c. Pelayanan prima yaitu kepuasan pelanggan selalu diutamakan
- d. Pelayanan prima yaitu dari pelayanan yang optimal maka menghasilkan kepuasan pelanggan
- e. Pelayanan prima yaitu menempatkan pelanggan sebagai mitra

³ Bintoro, *Konsumen dan Pelayanan Prima*, Cetakan 1, Yogyakarta:Gava Media, 2014),107

⁴ Atep Adya Barata, *Dasar-dasar Pelayanan Prima*. (Jakarta: Elex Media Komputindo. 2003),27

⁵ Khairul Maddy, *Hakikat dan Pengertian Pelayanan Prima*, (Jakarta : Kata Buku,2009).30

f. Pelayanan prima yaitu memberi rasa puas kepada pelanggan merupakan suatu kepedulian dan keharusan

g. Pelayanan prima yaitu upaya pelayanan terpadu untuk memuaskan pelanggan

Dari definisi-definisi diatas pelayanan prima diungkapkan oleh berbagai pelaku bisnis di berbagai bidang. Akan tetapi, pada suatu definisi pelayanan prima paling tidak kesamaannya terletak pada tujuan pelayanannya yaitu untuk memuaskan pelanggan.⁶

C. Dimensi Pelayanan Prima (*Service Excellent*)

Pelayanan prima secara harfiah berarti pelayanan yang sangat baik dan atau pelayanan yang terbaik. Hal ini dapat diartikan bahwa pelayanan tersebut sesuai dengan standar yang berlaku atau dimiliki oleh instansi yang memberikan pelayanan serta memuaskan pelanggan.⁷ Pelanggan yang puas berarti telah merasakan pelayanan yang berkualitas. Adapun penentu kualitas pelayanan dapat dilihat dari lima hal yaitu:

a. Keandalan (Reability)

Keandalan disini berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk melayani secara akurat dan tepat tanpa membuat kesalahan apapun, cara penyampaian jasa kepada pelanggan pun harus tepat waktu sesuai dengan jadwal yang telah disepakati.

b. Daya Tanggap (Responsiveness)

⁶ Atep Adya Barata, *Dasar-dasar Pelayanan Prima*. (Jakarta: Elex Media Komputindo. 2003),27

⁷ Wakhid Basori, *Produk Kreatif dan Kewirausahaan Otomatisasi dan Tata Kelola Perkantoran untuk SMK/MAK Kelas IX* (Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia, 2019), 191

Berkaitan dengan kemampuan dan kesediaan karyawan untuk merespon kebutuhan dan keinginan mereka serta memberikan jasa secara cepat dan tepat.

c. Jaminan (Assurance)

Jaminan disini berarti bahwa bagaimana perilaku karyawan dapat menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap pelanggan untuk menghilangkan sifat keragu-raguan yang ada pada diri konsumen serta membuat konsumen merasa aman dan terbebas dari bahaya atau resiko.

d. Empati (Empaty)

Perusahaan memberikan perhatian personal kepada pelanggan yang mengalami kesulitan serta memberikan kemudahan untuk melakukan komunikasi.

e. Produk-produk Fisik (Tangibles)

Berkaitan dengan fasilitas fisik yang meliputi perlengkapan sarana dan prasarana komunikasi, penampilan karyawan, serta material yang digunakan dalam proses pelayanan.⁸ Terlepas dari hal tersebut, ada beragam faktor yang mempengaruhi mutu pelayanan yang diberikan. Pertama, pelayanan yang baik dipengaruhi oleh sumber daya manusia (karyawan) yang memberikan pelayanan tersebut. Faktor karyawan disini harus mampu melayani pelanggan secara tepat, cepat, dan sempurna.

⁸ Mamang Sangadji dan Sopiah, Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis disertasi Himpunan Jurnal penelitian (Yogyakarta: CV Andir Offset, 2013), 100.

Dengan kata lain ia harus memiliki kemampuan dalam berkomunikasi, ramah tamah, sopan santun, dan bertanggung jawab atas pelanggannya.

Kedua, pelayanan yang baik juga harus didukung dengan sarana dan prasarana yang memadai guna menunjang kecepatan, ketepatan, dan keakuratan pekerjaan. Sarana dan prasarana tersebut juga harus dilengkapi dengan kemajuan teknologi yang dioperasikan oleh sumber daya manusia yang berkualitas pula. Sehingga kedua faktor tersebut harus saling mendukung guna menciptakan pelayanan yang optimal.

D. Loyalitas Pelanggan

Secara harfiah loyal artinya setia, atau loyalitas juga bisa diartikan sebagai kesetiaan. Kesetiaan ini tanpa adanya paksaan, akan tetapi muncul dari kesadaran diri sendiri di masa lalu. Komitmen yang menyertai pembelian berulang tersebut adalah keadaan dimana pelanggan tidak ingin berganti atau berpindah meski produk atau jasa tersebut sedang langka dipasaran dan pelanggan secara sukarela merekomendasikan produk atau jasa tersebut kepada keluarga, rekan, atau pelanggan yang lain.

Oliver menjelaskan bahwa loyalitas pelanggan yaitu komitmen pelanggan yang tetap bertahan secara mendalam untuk melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih atau berlangganan kembali secara konsisten dimasa yang akan datang, walaupun pengaruh situasi

dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku.⁹

Menurut Dick & Basu dalam Kotler, ada empat jenis loyalitas pelanggan antara lain :

- a) *No Loyalty*, Pelanggan tipe ini adalah pelanggan yang jarang sekali kembali untuk belanja di tempat yang sama untuk kedua kalinya.
- b) *Spurious Loyalty*, Pelanggan tipe ini biasanya membeli sesuatu karena suatu kebiasaan.
- c) *Latent Loyalty*, Pelanggan tipe ini memiliki minat beli yang rendah terhadap suatu barang/jasa.
- d) *Loyalty*, Pelanggan tipe ini cenderung bangga dengan apa yang telah dibeli dan digunakan. Bahkan tidak sedikit mereka merekomendasikan barang tersebut kepada orang terdekatnya.¹⁰

Dilihat dari pernyataan diatas, dapat disimpulkan bahwa loyalitas mempunyai berbagai dimensi yang nyata dan bisa dijadikan alat ukur strategi manajemen. Tingkat loyalitas seseorang pada suatu produk/jasa juga perlu diukur melalui dimensi-dimensi tingkat loyalitas. Berbagai dimensi tersebutlah yang mewakili jawaban terhadap tingkat loyal itu serta bagaimana islam melihat dimensi ini. Dengan demikian untuk mengukur tingkat kelayakan seseorang yang dilihat dari perspektif islam itu juga perlu diterapkan.

⁹ Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran*, (Bandung: Alfabeta, 2010), 128

¹⁰ Mashuri, Analisis Dimensi Loyalitas Pelanggan Berdasarkan Perspektif Islam, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, Juni 2020 Vol.9 No.1: 54-64,56

E. Etika Pelayanan Islam dalam Bisnis

Etika yang baik tidak dapat terbentuk dengan sendirinya, akan tetapi ada dua faktor ibadah yaitu dapat dipengaruhi oleh interpretasi terhadap hukum, faktor organisasional, serta faktor individu dan situasi.¹¹ Standar etika perilaku bisnis syariah yang bersifat mendidik agar para pelaku bisnis dalam menjalankan bisnisnya disertai dengan taqwa, aqshid (rendah hati), khidmad (melayani dengan hati), dan amanah.¹²

Nilai baik dan buruk bersifat universal, hal ini sesuai dengan perintah Allah dalam surat Ali Imran 104:

وَأَتَىٰكُمْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ ۗ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Artinya: “Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang makruf dan mencegah dari yang munkar, merekalah orang-orang yang beruntung”(QS : Al Imran :104).¹³

Pelayanan merupakan rasa yang menyenangkan yang diberikan kepada orang lain dengan rasa rendah hati dan kemudahan dalam memenuhi kebutuhan mereka. Hal ini ditegaskan dalam suart QS. Ali Imran 159 :

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۗ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ ۗ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ ۚ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

¹¹ Faisal Badroen, *Etika Bisnis dalam Islam* (Jakarta: Kencana Prenada Group, 2006), 59.

¹² Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syariah* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), 187.

¹³ Depag RI, *AL Qur'an dan Terjemah* (Jakarta: J-ART,2004),63.

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...”(QS: Al Imran :159)¹⁴

Berusaha memberi pelayanan yang baik kepada semua orang adalah pekerjaan yang sangat mulia dan merupakan pintu kebaikan bagi siapa saja yang mau melakukannya. Dalam ayat Al Quran mendorong umat manusia untuk memberikan pelayanan terbaik pada sesama manusia. Hal ini bukan sesuatu yang sulit untuk dijalankan, hanya membutuhkan rasa cinta kepada Allah SWT dan Rasul-Nya agar nilai-nilai interaksi sosial bisa diterapkan secara menyeluruh. Dalam Al Quran di jelaskan:

وَأَحْسِنَ كَمَا أَحْسَنَ ۗ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا ۗ أَلْءَاخِرَةَ ۗ أَلْءَادَارَ فِيمَا ءَاتَاكَ ٱللَّهُ وَٱتَّبَعِ
لَا يُحِبُّ ٱلْمُفْسِدِينَ ۗ إِنَّ ٱللَّهَ فِى ٱلْأَرْضِ ٱلْإِنكُ ۗ وَلَا تَبْغِ ٱلْفُسَادَ ٱللَّهُ

Artinya : Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik, kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan.(QS: Al Qashash :77)¹⁵

¹⁴ Depag RI, AL Qur'an dan Terjemah (Jakarta: J-ART,2004),71.

¹⁵ Depag RI, AL Qur'an dan Terjemah (Jakarta: J-ART,2004),395.

Terdapat beberapa nilai-nilai islam yang dapat diterapkan dalam pelayanan, yakni terdiri dari:

a. Fathanah

Fathanah ialah bekerja secara maksimal berkomitmen dan bersungguh-sungguh.¹⁶ Dalam Al Quran dijelaskan bahwa seseorang yang bekerja sesuai dengan profesinya akan mendapatkan hasil yang baik untuk orang lain. Sifat ini juga diartikan sebagai mengerti dan memahami terhadap tugas dan kewajibannya. Selain itu, fathanah juga menumbuhkan sikap kemampuan serta kreativitas untuk melakukan berbagai macam inovasi untuk menambah wawasan dan pengetahuan yang baik.¹⁷

b. Shiddiq

Di dunia usaha, kejujuran ditampilkan dengan bentuk kesungguhan dan ketepatan (itqan), baik dalam ketepatan pelayanan, waktu, ataupun ketepatan janji, agar kemudian dibenahi secara terus menerus supaya bisa menghindarkan diri dari sifat sombong.¹⁸ Seperti saat Rasulullah berdagang dahulu beliau tidak pernah berbohong dan selalu berbicara sesuai fakta.

c. Amanah

¹⁶ Didin Hafidhuddin dan Hendri Tanjung, Manajemen Syariah dalam Praktik (Jakarta: Gema Insani, 2003),63.

¹⁷ Didin Hafidhuddin dan Hendri Tanjung, Manajemen Syariah dalam Praktik (Jakarta: Gema Insani, 2003),71

¹⁸ Didin Hafidhuddin dan Hendri Tanjung, Manajemen Syariah dalam Praktik (Jakarta: Gema Insani, 2003),73

Amanah ialah bertanggung jawab dalam setiap melakukan tugas dan kewajiban. Amanah di dunia bisnis ditampilkan dalam pelayanan yang jujur dan ihsan (melaksanakan pekerjaan dengan sebaik mungkin). Sifat ini wajib dimiliki oleh setiap muslim.

d. Tabligh

Tabligh ialah menyampaikan dengan argumentatif serta sabar.¹⁹ Jika seseorang telah mempunyai sifat ini, maka orang itu bisa menyampaikan informasi dengan benar dan tepat. Karena informasi yang seperti itu dengan gaya menyampaikannya ramah dan sopan akan memberikan pelayanan yang baik bagi orang lain, dan ini merupakan inti dari pelayanan sebuah perusahaan. Maksud dari sifat ini yaitu apabila seseorang pegawai dari suatu perusahaan melayani dengan tutur kata yang ramah, lemah lembut, dan argumentatif, orang lain pasti akan merasa puas dan senang akan pelayanan di perusahaan tersebut.

F. Karakteristik Pelayanan dalam Islam

Ada 6 (enam) karakteristik pelayanan dalam perlindungan Islam yang dapat digunakan sebagai panduan, antara lain.

¹⁹ Didin Hafidhuddin dan Hendri Tanjung, Manajemen Syariah dalam Praktik (Jakarta: Gema Insani, 2003),75

- e. Jujur adalah sikap yang mengatakan apa adanya tidak melebih-lebihkan atau mengurangi, tidak menipu, tidak berkhianat tidak berbohong, tidak mengada-ada, serta tidak ingkar janji.
- f. Bertanggung jawab dan terpercaya (Al-Amanah) yaitu sikap tidak lari dari masalah dan selalu merasa memiliki kewajiban untuk menyelesaikan masalahnya
- g. Tidak menipu (Al Kadzib) adalah sikap yang mulia saat berbisnis yaitu tidak pernah menipu. Layaknya praktik bisnis dan dagang yang diterapkan oleh Rasulullah SAW adalah tidak pernah menipu.
- h. Tidak curang dan menepati janji yaitu sikap wirausaha yang selalu berusaha menepati janji kepada para konsumen maupun diantara sesama wirausaha.
- i. Melayani dengan rendah hati (Khidmah) yaitu sikap sopan santun, ramah tamah, suka mengalah, murah senyum, tetapi tetap penuh akan tanggung jawab.
- j. Tidak melupakan akhirat yaitu saat sedang menjalankan bisnis tidak boleh terlalu menyibukkan diri untuk mencari keuntungan didunia hingga lupa dan eninggalkan keuntungan di akhirat. Sehingga jika datang waktu sholat, mereka wajib menunaikan ibadah sebelum habis waktunya.

