

PELAYANAN PRIMA

**NURUL KUSUMA WARDHANY SYAH
SULISTIYANI**



**Kresna Bina Insan Prima
Anggota IKAPI**

Pelayanan Prima

Penulis : Nurul Kusuma Wardhany Syah dan Sulistiyani
Editor : Muhammad Ainul Firdaus
Desain Sampul : Siska Amelia
Desain Isi : Rendy Tri Swasono

Diterbitkan Oleh:

Kresna Bina Insan Prima

Jl. Klakahrejo No 77 Benowo Surabaya 60198

Tel./Fax. : +6231 7457673

Hp. : +6285330834377

Email : ldp_kbip@yahoo.co.id

Facebook : Kresna Bip

Website : publikasiilmiah.com

82 hlm.; 15 x 23 cm; HVS 80 gram

ISBN : 978-602-6276-38-4

Cetakan pertama, 2018

Hak cipta dilindungi undang-undang

Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan dengan cara apapun tanpa ijin tertulis dari penerbit

KATA PENGANTAR

Untuk meningkatkan kualitas pelayanan tidak hanya ditempat melalui keputusan-keputusan, tetapi juga melalui peningkatan kemampuan aparat dalam memberikan pelayanan. Upaya ini dilakukan dengan cara memberikan berbagai materi mengenai manajemen pelayanan dalam diklat-diklat struktural pada berbagai tingkatan. Pelayanan Prima untuk masyarakat itu harus dilakukan oleh seluruh jajaran yang ada di perusahaan. Mulai dari Satpam sampai dengan Direktur Utama harus dapat melakukan pelayanan terhadap tamu yang datang. Misalnya tamu yang bersangkutan mencari karyawan yang lain, maka kita sebagai karyawan perusahaan tersebut harus melayani dengan baik, serta menunjukkan ruangan atau tempat karyawan yang dicari tersebut. Ada lagi yang harus dilakukan oleh para pegawai pemerintahan karena ranah publik yang dituju adalah selalu harus senyum, menyapa, menganggukkan kepala dan mengucapkan salam dan diakhiri dengan terimakasih. Masalah yang sekecil ini jika tidak dilakukan dengan hati-hati tidak akan berhasil melayani dengan prima. Tidak usah menganggap tamu adalah “Raja”, karena pengertian raja, kalimatnya adalah doktrin. Dan yang harus dilakukan adalah memperlakukan semua tamu adalah orang yang nomor satu, jika berbicara melihat ke tamu yang datang dan menanyakan keperluannya apa dan menjawab dengan suara yang menyenangkan.

Penulisan buku Pelayanan Prima ini diambil dari beberapa referensi dan sumber bacaan dari beberapa pengarang seperti Aprilia, Fandy Tjiptono, Maddy, Kothler dan dari sumber di internet yang sesuai dengan pelayanan prima yang penyusun gabungkan sehingga menjadi suatu buku Pelayanan Prima.

Penulis mengkhususkan buku ini untuk mahasiswa ASMI dan semua staff akademisi termasuk mahasiswa STKIP BIM karena kami berdua konsen dengan pelayanan prima dalam meningkatkan mutu layanan.

Surabaya, Maret 2018

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR TABEL.....	iii
BAB I PELAYANAN PUBLIK.....	1
1.1. Pengertian Pelayanan Publik	1
1.2. Pelayanan Prima dalam Pelayanan Publik ...	3
1.3. Total Kualitas Layanan Publik	5
1.4. Kendali Layanan Publik	10
BAB II PELAYANAN PRIMA.....	15
2.1. Pengertian Pelayanan Prima	15
2.2. Sejarah Perkembangan Pelayanan Prima	37
2.3. Kualitas Pelayanan	43
BAB III KONSEP PELAYANAN PRIMA.....	46
3.1. Konsep Dasar Pelayanan Prima	46
3.2. Jenis Pelayanan Prima	59
BAB IV UNSUR, PERILAKU, DAN HAKEKAT DALAM PELAYANAN PRIMA	61
4.1 Unsur Pelayanan Prima	61
4.2 Perilaku Pelayanan Prima.....	64
4.3 Hakekat Pelayanan Prima.....	65

BAB V <i>Burnout</i>	67
5.1. Pengertian <i>burnout</i>	67
5.2. Faktor yang menyebabkan <i>burnout</i>	68
5.3. Karakteristik, ciri, akibat, dan gejala <i>burnout</i>	73

DAFTAR PUSTAKA

BAB I

PELAYANAN PUBLIK

I.1 Pengertian Pelayanan Publik

Pelayanan publik pada dasarnya menyangkut aspek kehidupan yang sangat luas. Dalam kehidupan bernegara, maka pemerintah memiliki fungsi memberikan berbagai pelayanan public yang diperlukan oleh masyarakat, mulai dari pelayanan bentuk pengaturan ataupun pelayanan-pelayanan lain dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat dalam bidang pendidikan, kesehatan, utilitas, dan lainnya. (Salman Saersar, 1985). Berbagai gerakan reformasi publik yang dialami Negara-negara maju pada awal tahun 1990 an banyak diilhami oleh tekanan masyarakat akan perlunya peningkatam kualitas pelayanan publik yang diberikan oleh pemerinta h. Di Indonesia upaya memperbaiki pelayan sebenarnya juga sudah agak lama dilaksanakan oleh pemerintah, antara lain melalui Inpres No. 5 Tahun 1984 tentang pedoman Penyederhanaan dan Pengendalian Perijinan di Bidang Usaha Upaya ini dilanjutkan dengan surat keputusan Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara No. 81/1993. Tentang Pedoman Tatalaksana Pelayanan Umum. Untuk lebih mendorong komitmen aparatur pemerintah terhadap peningkatan mutu pelayanan, maka telah diterbitkan pula inpres No I Tahun 1995 tentang perbaikan dan peningkatan mutu Pelayanan Aparatur Pemerintah. Kepada Masyarakat pada perkembangan terakhir telah pula diterbitkan Keputusan Menpan No.63/KEP/M.PAN/7/2003 tentang Pedoman Umum Penyelenggaraan Pelayanan Publik.

Upaya meningkatkan kualitas pelayanan tidak hanya ditempatkan melalui keputusan-keputusan sebagaimana tersebut diatas, tetapi juga melalui peningkatan kemampuan aparat

Pelayanan Prima -1

dalam memberikan pelayanan. Upaya ini dilakukan dengan cara memberikan berbagai materi mengenai manajemen pelayanan dalam diklat-diklat struktural pada berbagai tingkatan. Pelayanan Prima untuk masyarakat itu harus dilakukan oleh seluruh jajaran yang ada di perusahaan. Mulai dari Satpam sampai dengan Direktur Utama harus dapat melakukan pelayanan terhadap tamu yang datang. Misalnya tamu yang bersangkutan mencari karyawan yang lain, maka kita sebagai karyawan perusahaan tersebut harus melayani dengan baik, serta menunjukkan ruangan atau tempat karyawan yang dicari tersebut. Ada lagi yang harus dilakukan oleh para pegawai pemerintahan karena ranah publik yang dituju adalah selalu harus senyum, menyapa, menganggukkan kepala dan mengucapkan salam dan diakhiri dengan terimakasih. Masalah yang sekecil ini jika tidak dilakukan dengan hati ya tidak akan berhasil melayani dengan prima. Tidak usah menganggap tamu adalah “Raja”, karena pengertian raja adalah kalimatnya adalah doktrin, yang harus dilakukan adalah memperlakukan semua tamu adalah orang yang nomor satu, jika berbicara melihat ke tamu yang datang dan menanyakan keperluannya apa dan menjawab dengan suara yang menyenangkan.

Tuntutan reformasi yang bergulir sejak tahun 1997, bersamaan dengan arus globalisasi yang memberikan peluang sekaligus tantangan bagi perbaikan ekonomi, mendorong pemerintah untuk memahami arti pentingnya suatu kualitas pelayanan serta pentingnya dilakukan perbaikan mutu pelayanan. Perbaikan pelayanan pemerintah ini, tidak saja ditujukan untuk memberi iklim kondusif bagi dunia usaha nasional namun juga meningkatkan daya tarik arus investasi ke Indonesia karena kredibilitas dan kemudahan semakin meningkat. Penyediaan pelayanan pemerintahan yang

berkualitas, akan memacu potensi social ekonomi masyarakat yang merupakan bagian dari demokratisasi ekonomi. Penyediaan pelayanan publik yang bermutu merupakan salah satu alat untuk mengembalikan kepercayaan masyarakat kepada pemerintah yang semakin berkurang, akibat krisis ekonomi yang terus menerus berkelanjutan pada saat ini. Hal tersebut menjadikan pemberian pelayanan publik yang berkualitas kepada masyarakat menjadi semakin penting untuk dilaksanakan. Pelayanan ini adalah proses bukan hanya input atau output nya saja yang lebih penting pelayanan adalah prosesnya.

1.2 Pelayanan Prima dalam Pelayanan Publik

Pelayanan publik adalah segala bentuk pelayanan yang diberikan oleh pemerintah pusat/daerah, BUMN/BUMD dalam rangka pemenuhan kebutuhan masyarakat sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (Keputusan Menpan No. 81/1993). Dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan, maka diperlukan bentuk pelayanan prima.

Pelayanan prima atau “*excellence service*” adalah suatu sikap atau cara karyawan dalam melayani pelanggan secara memuaskan (Elthainammy, 1990). Pelayanan prima merupakan suatu pelayanan terbaik, melebihi, melampaui, mengungguli pelayanan yang diberikan pihak lain atau daripada pelayanan waktu yang lalu. Secara sederhana, pelayanan prima (*excellent service*) adalah suatu pelayanan yang terbaik dalam memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan. Dengan kata lain, pelayanan prima merupakan suatu pelayanan yang memenuhi standar kualitas. Pelayanan yang memenuhi standar kualitas adalah suatu pelayanan yang sesuai dengan harapan dan kepuasan pelanggan/masyarakat.

Dalam pelayanan prima terdapat dua elemen yang saling berkaitan, yaitu *pelayanan* dan *kualitas*. Kedua elemen tersebut sangat penting untuk diperhatikan oleh tenaga pelayanan (penjual, pedagang, pelayan, atau *salesman*). Konsep pelayanan prima dapat diterapkan pada berbagai organisasi, instansi, pemerintah, ataupun perusahaan bisnis.

Perlu diketahui bahwa kemajuan yang dicapai oleh suatu negara tercermin dari standar pelayanan yang diberikan pemerintah kepada rakyatnya. Negara-negara yang tergolong miskin pada umumnya kualitas pelayanan yang diberikan di bawah standar minimal. Pada negara-negara berkembang kualitas pelayanan telah memenuhi standar minimal. Sedangkan di negara-negara maju kualitas pelayanan terhadap rakyatnya di atas standar minimal.

Peningkatan kualitas untuk meningkatkan pelayanan yang ada ditekankan pada aspek berikut :

1. Struktural. Perbaikan struktural organisasi atau perusahaan harus dilakukan dari tingkat *top* manajemen hingga *lower* manajemen.
2. Operasional. Suatu perusahaan penjualan akan dapat mewujudkan kebutuhan pelanggan apabila peningkatan operasional dilaksanakan artinya secara langsung kualitas pelayanan juga dilaksanakan.
3. Visi. Suatu organisasi atau perusahaan harus mengetahui arah organisasi dengan cara mengidentifikasi tentang apa yang harus dilakukan siapa yang akan melaksanakan.
4. Strategi pelayanan. Merupakan cara yang ditentukan perusahaan dalam meningkatkan pelayanan sehingga visi dapat terwujud. Strategi pelayanan tersebut harus memperhatikan: perilaku pelanggan, harapan pelanggan,

image pelanggan, loyalitas pelanggan, dan alternatif-alternatif pelanggan.

1.3 Total Kualitas Layanan Publik

Pelayanan berhubungan dengan kualitas produk yang berupa barang atau jasa. Untuk meningkatkan kualitas produk telah dikembangkan konsep Total *Quality Management* (TQM). Sedangkan untuk meningkatkan kualitas pelayanan (*service*) telah dikembangkan konsep Total *Quality Service*. Dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan perlu diidentifikasi “Siapa pelanggan kita ini?” Selain itu, juga perlu diidentifikasi “apa kebutuhan pelanggan kita itu?”. Setelah diidentifikasi jenis-jenis pelayanan disuatu organisasi atau unit organisasi. Hasil identifikasi jenis-jenis pelayanan dalam suatu organisasi sangat bermanfaat upaya peningkatan kualitas pelayanan menuju pelayanan prima.

Dari hasil pengkajian ahli ekonomi mengenai pentingnya pelayanan yang baik kepada pelanggan dengan mengembangkan konsep Total *Quality Service* (TQS) adalah mewuhudkan tercapainya kepuasan pelanggan, memberikan tanggung jawab kepada setiap orang dan melakukan perbaikan pelayanan secara berkesinambungan. Konsep TQS menurut (Tjioto, 1977) terdiri dari empat bidang :

1. Berfokus pada pelanggan

Prioritas utama adalah mengidentifikasi keinginan, kebutuhan dan harapan pelanggan. Selanjutnya dirancang system yang dapat memberikan jasa atau layanan tertentu yang memenuhi keinginan pelanggan tersebut.

2. Keterlibatan pegawai

Secara menyeluruh semua pihak yang terkait dengan upaya peningkatan pelayanan harus dilibatkan secara total

menyeluruh. Karena itu manajemen harus dapat memberikan peluang perbaikan kualitas terhadap semua pegawai. Selain itu, kepemimpinan harus pula memberikan kesempatan berpartisipasi kepada semua pegawai yang ada dalam organisasi, serta memberdayakan pegawai atau karyawan dalam merancang dan memperbaiki barang, jasa, sistem dan organisasi.

3. Sistem pengukuran

Komponen dalam system pengukuran terdiri dari :

- a. Menyusun standard proses dan produk (barang atau jasa)
- b. Mengidentifikasi ketidaksesuaian dan mengukur kesesuaiannya dengan keinginan pelanggan.
- c. Mengoreksi penyimpangan dan meningkatkan kinerja.

4. Perbaikan kesinambungan

- a. Memandang bahwa semua pekerjaan sebagai suatu proses.
- b. Mengantisipasi perubahan keinginan, kebutuhan dan hsrpsn para pelanggan.
- c. Mengurangi waktu siklus suatu proses produksi dan distribusi.
- d. Dengan senang hati menerima umpan balik dari pelanggan.

Stamatis mengembangkan konsep Total *Quality Service* (TQS) sebagai sistem manajemen strategi dan integratif yang melibatkan semua unsur manajer dan pegawai / karyawan dengan menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif untuk memperbaiki proses-proses pelayanan agar dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Menurut Stamatis ada tiga dimensi pokok yang berkaitan dengan TQS, yaitu strategi, system, dan SDM. Ketiga hal tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Strategi adalah dimensi penggunaan pendekatan dan metode yang dianggap paling efektif dalam mencapai tujuan organisasi dalam meningkatkan mutu pelayanan.
- Sistem adalah prosedur atau tata cara yang dirancang untuk mendorong dalam meningkatkan mutu pelayanan.
- Sumber daya manusia (SDM) adalah tenaga kerja, pegawai atau karyawan yang memiliki kapasitas responsip terhadap peningkatan mutu pelayanan.

Terdapat strategi dalam mengembangkan pelayanan prima yang meliputi:

1. Penyusunan Standart Pelayanan

Suatu tolok ukur yang dipergunakan untuk acuan penilaian kualitas pelayanan sebagai komitmen atau janji dari pihak penyedia pelayanan kepada pelanggan untuk memberikan pelayanan yang berkualitas (LAN :2003). Merupakan ukuran yang dibakukan dalam penyelenggaraan pelayanan publik yang wajib ditaati oleh pemberi atau penerima pelayanan (KepMen PAN 63/2003)

2. Penyusunan SOP

Standar Operasional Prosedur adalah pedoman atau acuan untuk melaksanakan tugas pekerjaan sesuai dengan fungsi dan alat penilaian kinerja instansi pemerintah berdasarkan indikator indikator teknis, administrasif dan prosedural sesuai dengan tata kerja, prosedur kerja dan sistem kerja pada unit kerja yang bersangkutan. Tujuan SOP adalah menciptakan komitmen mengenai apa yang dikerjakan oleh satuan unit kerja instansi pemerintahan untuk mewujudkan *good governance*.

3. Pengukuran Kinerja Pelayanan

Pengukuran kinerja merupakan sarana manajemen untuk memperbaiki pengambilan keputusan dan akuntabilitas.

Sistem pengukuran kinerja harus dapat memperhitungkan hasil-hasil kegiatan pencapaian program dibandingkan dengan maksud yang diharapkan untuk itu.

Penilaian terhadap kinerja dapat dijadikan sebagai ukuran keberhasilan suatu organisasi dalam kurun waktu tertentu. Penilaian tersebut dapat juga dijadikan *input* bagi perbaikan atau peningkatan kinerja organisasi selanjutnya. Dalam institusi pemerintah khususnya, penilaian kinerja sangat berguna untuk menilai kuantitas, kualitas, dan efisiensi pelayanan, memotivasi para birokrat pelaksana, melakukan penyesuaian anggaran, mendorong pemerintah agar lebih memperhatikan kebutuhan masyarakat yang dilayani dan menuntun perbaikan dalam pelayanan publik.

4. Pengelolaan Pengaduan

Hal ini dimaksudkan agar adanya partisipasi dari pelanggan dalam rangka meningkatkan mutu pelayanan dengan memberikan masukan atau informasi. Dalam rangka menyelesaikan pengaduan masyarakat, pimpinan unit organisasi penyelenggara pelayanan public harus memperhatikan hal-hal sebagai berikut:

- 1) Menyusun prioritas dalam penyelesaian pengaduan.
- 2) Penentuan pejabat yang menyelesaikan pengaduan.
- 3) Menetapkan prosedur penyelesaian pengaduan.
- 4) Membuat rekomendasi penyelesaian pengaduan.
- 5) Pemantauan dan evaluasi penyelesaian pengaduan kepada pimpinan.
- 6) Pelaporan proses dan hasil pengaduan kepada pimpinan.

5. Kepuasan Pelanggan

Pelayanan tidak bisa dipisahkan dengan kepuasan pelanggan. Sebab tujuan utama dari pelayanan prima adalah untuk memenuhi kepuasan pelanggan. Tentang pengertian

kepuasan terdapat banyak definisi yang dikemukakan oleh para ahli diantaranya adalah seperti berikut ini.

1) Menurut Engel

Kepuasan pelanggan adalah evaluasi purna beli terhadap terhadap alternatif produk yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul jika hasil (*outcome*) tidak sesuai dengan harapan.

2) Day (dalam Tse dan wilton, 1998) menyatakan kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidakpuasan (diskonfirmasi) yang dirasakan antara harapan sebelumnya (norma kinerja lainnya) dan kinerja actual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.

Implementasi kepuasan tersebut pada:

- Kepuasan kinerja seorang pekerja tercermin dalam perasaan seseorang terhadap pekerjaannya dan segala sesuatu yang dihadapinya dalam lingkungan kerja.
- Keputusan yang menerima pelanggan ditentukan tingkat kesesuaian jasa yang dirasakan dengan standar yang ditentukan (disepakati).

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa seorang pelanggan akan terpuaskan jika apa yang diharapkan terpenuhi. Dalam pelayanan prima bukan hanya pelanggan yang dapat merasakan kepuasan, tetapi juga semua pihak yang terkait dengan organisasi atau stakeholder meliputi pegawai, pendiri organisasi (pemegang saham dalam organisasi bisnis), dan konsumen (masyarakat). Tujuan akhir pekerja adalah kepuasan. Kepuasan pegawai diperoleh melalui prestasi kerja (Herzberg).

Untuk mewujudkan dan mempertahankan kepuasan pelanggan, perusahaan bisnis perlu melakukan beberapa tindakan berikut ini.

- Mengidentifikasi harapan dan kebutuhan para pelanggannya.
- Memenuhi harapan dan kebutuhan para kolega dan pelanggan terhadap kualitas produk barang atau jasa.
- Mempelajari dan menguasai prinsip-prinsip pelayanan prima.
- Memahami teknik pengukuran umpan balik tentang kepuasan.

1.4 Kendala Pelayanan Publik.

Permasalahan utama pelayanan publik pada dasarnya adalah berkaitan dengan peningkatan kualitas pelayanan itu sendiri. Pelayanan yang berkualitas sangat tergantung pada berbagai aspek, yaitu bagaimana pola penyelenggaraannya (tata laksana), dukungan sumberdaya manusia dan kelembagaan serta adanya konsep yang jelas.. Dilihat dari sisi pola penyelenggaraannya pelayanan publik masih memiliki berbagai kelemahan antara lain :

1. Kurang responsif kondisi ini terjadi pada hamper semua tingkatan unsur pelayanan, mulai pada tingkat petugas pelayanan (*front line*) sampai dengan tingkatan penanggungjawab instansi. Respon terhadap berbagai macam keluhan, aspirasi, maupun harapan masyarakat seringkali lambat atau bahkan diabaikan sama sekali.
2. Kurang Informatif, berbagai informasi yang seharusnya disampaikan kepada masyarakat, lambat atau bahkan tidak sampai kepada masyarakat.

3. Kurang *accessible*, berbagai unit pelaksana pelayanan terletak jauh dari jangkauan masyarakat, sehingga menyulitkan bagi mereka yang memerlukan pelayanan tersebut.
4. Kurang koordinasi, berbagai unit pelayanan yang terkait satu dengan lainnya sangat kurang berkoordinasi. Akibatnya sering terjadi tumpang tindih ataupun pertentangan kebijakan antara instansi pelayanan dengan divisi lain yang terkait.
5. Birokratis, khususnya pelayanan perijinan pada umumnya dilakukan dengan melalui proses yang terdiri dari berbagai level, sehingga menyebabkan penyelesaian pelayanan yang terlalu lama. Dalam kaitan dengan penyelesaian pelayanan yang terlalu lama. Dalam kaitan dengan penyelesaian masalah pelayanan, kemungkinan staf pelayanan (*front line staff*) untuk dapat menyelesaikan masalah sangat kecil, dan dilain pihak kemungkinan masyarakat untuk bertemu dengan penanggungjawab pelayanan, dalam rangka menyelesaikan yang terjadi ketika pelayanan diberikan, juga sangat sulit. Akibatnya berbagai masalah pelayanan memerlukan waktu yang lama untuk diselesaikan,
6. Kurang mau mendengar keluhan/saran dan aspirasi masyarakat. Pada umumnya aparat pelayanan kurang memiliki kemauan untuk mendengar keluhan/sarandan aspirasi dari masyarakat. Akibatnya, pelayanan dilaksanakan dengan apa adanya, tanpa ada perbaikan dari waktu ke waktu.
7. Inefisien, berbagai persyaratan yang diperlukan (khususnya dalam pelayanan perijinan) seringkali tidak relevan dengan pelayanan yang diberikan.

Tuntutan masyarakat pada era desentralisasi terhadap pelayanan publik yang berkualitas akan semakin menguat. Oleh karena itu, kredibilitas pemerintah sangat ditentukan oleh kemampuannya mengatasi berbagai permasalahan diatas sehingga mampu memuaskan masyarakat dengan pelayanan yang baik sesuai dengan kemampuannya. Dari sisi Mikro, hal-hal yang dapat diajukan untuk mengatasi masalah-masalah tersebut antara lain :

1. Penetapan Standar Pelayanan.

Standar pelayanan memiliki arti yang sangat penting dalam pelayanan public Standar pelayanan merupakan suatu komitmen penyelenggara pelayanan untuk menyediakan pelayanan dengan suatu kualitas tertentu atas dasar perpaduan harapan-harapan masyarakat dan kemampuan penyelenggara pelayanan. Penetapan standar pelayanan yang dilakukan melalui proses :

- a) Identifikasi jenis pelayanan
- b) Identifikasi pelanggan
- c) Identifikasi harapan pelanggan
- d) Perumusan visi dan misi pelayanan
- e) Analisis proses dan prosedur
- f) Sarana dan prasarana
- g) Waktu
- h) Biaya pelayanan

Proses ini tidak hanya akan memberikan informasi mengenai pelayanan yang harus ditetapkan, tetapi juga informasi mengenai kelembagaan yang mampu mendukung terselenggaranya proses manajemen yang pelayanannya sesuai dengan standar yang telah ditetapkan. Informasi lain yang juga dihasilkan adalah informasi mengenai kuantitas dan kompetensi-kompetensi sumberdaya manusia yang

dibutuhkan serta distribusinya beban tugas pelayanan yang akan ditanganinya.

2. Pengembangan Standard Operating Procedures (SOP)

Untuk memastikan bahwa proses pelayanan dapat berjalan secara konsisten diperlukan adanya Standard Operating Procedures. Dengan adanya SOP, maka proses pengolahan yang dilakukan secara internal dalam unit pelayanan dapat sesuai dengan acuan yang jelas, sehingga dapat berjalan secara konsisten. Disamping itu SOP juga bermanfaat dalam hal :

a) Untuk memastikan bahwa proses dapat berjalan uninterpercted

Jika terjadi hal-hal tertentu, misalkan petugas yang diberi tugas menangani suatu proses tertentu berhalangan hadir, maka petugas lain dapat menggantikannya. Oleh karena itu proses pelayanan dapat berjalan terus,

b) Untuk memastikan bahwa pelayanan perijinan dapat berjalan sesuai dengan peraturan yang berlaku.

c) Memberikan informasi yang akurat ketika dilakukan penelusuran terhadap kesalahan prosedur jika terjadi penyimpangan dalam pelayanan.

d) Memberikan informasi yang akurat ketika akan dilakukan perubahan-perubahan tertentu dalam proses pelayanan.

e) Memberikan informasi yang jelas mengenai tugas dan kewenangan yang akan diserahkan kepada petugas tertentu yang akan menangani satu proses pelayanan tertentu. Atau dengan kata lain, bahwa semua petugas yang terlibat dalam proses pelayanan memiliki uraian tugas dan tanggungjawab yang jelas.

3. Pengembangan Survey Kepuasan Pelanggan.

Untuk menjaga kepuasan masyarakat, maka perlu dikembangkan suatu mekanisme penilaian kepuasan masyarakat atas pelayanan yang telah diberikan oleh pelayanan publik. Dalam konsep manajemen pelayanan, kepuasan pelanggan dapat dicapai apabila produk pelayanan yang diberikan oleh penyedia pelayanan memenuhi kualitas yang diharapkan masyarakat. Oleh karena itu survey kepuasan pelanggan memiliki arti penting dalam upaya peningkatan pelayanan publik.

4. Pengembangan Sistem Pengelolaan Pengaduan.

Pengaduan masyarakat merupakan satu sumber informasi bagi upaya-upaya pihak penyelenggara pelayanan untuk secara konsisten menjaga pelayanan yang dihasilkannya sesuai dengan standar yang telah ditetapkan. Oleh karena itu perlu didisain suatu system pengelolaan pengaduan yang secara efektif dan efisien mengolah berbagai pengaduan masyarakat menjadi masukan bagi perbaikan kualitas pelayanan.

Untuk meminimalkan kekurangan pelayanan pada sektor publik ada beberapa solusi yaitu :

- a) Memberdayakan petugas Satpam yang berada di lini depan agar santun dan ramah menghadadi tamu yang hadir tanpa melihat dari status sosialnya. Mengapa karena masyarakat jika ke suatu kantor pelayanan publik berarti butuh dengan divisi tempat kerja anda. Ditanyakan apa keperluan dan diarahkan ketempat yang dituju dengan tak lupa mengucapkan salam dan terimakasih .
- b) Semua pegawai pemerintahan harus selalu memberikan senyuman tiap tamu yang datang , walau tamu tersebut bukan orang penting.

BAB II

PELAYANAN PRIMA

2.1 Pengertian Pelayanan Prima

Pada hakikatnya, pelayanan prima adalah salah satu usaha yang dilakukan oleh perusahaan untuk melayani pembeli (pelanggan) dengan sebaik-baiknya, sehingga dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dan memenuhi kebutuhan serta keinginan pelanggan, baik yang berupa produk barang atau jasa. Pelayanan prima adalah pelayanan terbaik yang diberikan perusahaan untuk memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan, baik pelanggan dalam perusahaan maupun diluar perusahaan.

Pelayanan Prima (*Exellent Service/Customer Care*) secara harfiah berarti pelayanan yang sangat baik, atau pelayanan yang terbaik. Pelayanan Prima (*Customer Care*) adalah factor kunci dalam keberhasilan perusahaan. Jika bisnis tumbuh dan berkembang dan tetap biasa bertahan dalam persaingan maka keuntungan dan pendapatan juga harus meningkat.

Untuk melaksanakan hal ini, kita perlu meningkatkan jumlah pelanggan yang kita miliki, dengan demikian kita memelihara dan mempertahankan pelanggan kita seperti halnya mendapatkan pelanggan yang baru. Jadi dalam hal memenangkan bisnis baru, kita juga perlu mempertahankan loyalitas konsumen yang ada.

Pelayanan Prima (*Customer Care*) berarti memelihara dan mempertahankan pelanggan kita dan menambah pelanggan baru. Banyak aspek yang dapat memberikan kepuasan pelanggan dan bukan hanya sekedar memberikan yang terbaik. Dalam era pasar bebas saat ini, banyak ditawarkan barang-barang yang bermutu saja, tapi hubungan yang berlanjut

dan berkesinambungan antara penjual dan pelanggan belum diperhatikan dengan baik. Pelayanan Prima (*Customer care*) yang baik dibutuhkan semua anggota perusahaan, tanpa kecuali. Apakah mereka berhubungan langsung dengan pelanggan atau tidak, melaksanakan tugas dengan bekerja bersama orang lain, dibutuhkan rasa percaya diri untuk menyesuaikan dan mempertimbangkan kepercayaan dan rahasia pelanggan pada kita.

Pelayanan Prima (*Customer care*) bukan hanya sekedar memberikan suatu layanan, hal ini memerlukan sedikit pelayanan ekstra dan sesuai dengan harapan pelanggan yang mengharapkan pelayanan yang terbaik. Ini berarti membuat karyawan yang bekerja di perusahaan melakukan pilihan, langkah, sikap dalam berhubungan dengan pelanggan yang tepat.

Secara sederhana, pelayanan prima dapat diartikan sebagai suatu pelayanan yang terbaik bagi kebutuhan dan harapan pelanggan atau dengan kata lain, pelayanan prima merupakan pelayanan yang memenuhi standar kualitas. Sedangkan standar kualitas adalah suatu pelayanan yang sesuai dengan harapan dan kepuasan pelanggan/masyarakat. Dalam pelayanan prima terdapat dua elemen yang saling terkait satu sama lain yaitu pelayanan dan kualitas ini keduanya ini adalah yang harus dilaksanakan bersama-sama secara stimuler. Dari pengertian pelayanan prima terdapat beberapa kesamaan yaitu :

- a) Kualitas merupakan usaha untuk memenuhi harapan pelanggan.
- b) Kualitas merupakan kondisi mutu yang setiap saat mengalami perubahan.
- c) Kualitas itu mencakup proses, produk, barang jasa, manusia dan lingkungan

- d) Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Vincent Gespersz, 1982 menyatakan bahwa kualitas pelayanan meliputi dimensi dimensi sebagai berikut :

- a) Ketepatan waktu pelayanan berkaitan dengan waktu tunggu dan proses
- b) Kualitas pelayanan berkaitan dengan akurasi atau ketepatan pelayanan.
- c) Kualitas pelayanan berkaitan dengan kesopanan dan keramahan pelaku bisnis.
- d) Kualitas pelayanan berkaitan dengan sedikit banyaknya petugas yang melayani serta fasilitas pendukung lainnya..
- e) Kualitas pelayanan berkaitan dengan lokasi, ruangan tempat pelayanan, tempat parki, ketersediaan informasi dan petunjuk / panduan lainnya.
- f) Kualitas pelayanan berhubungan dengan kondisi lingkungan, kebersihan, ruang tunggu, fasilitas music, AC, alat komunikasi dan lain-lain.

Pelayanan dapat diartikan sebagai aktivitas yang dilakukan satu pihak kepada pihak lain, baik dengan menggunakan alat maupun tidak dan pelayanan dapat berlangsung biasanya karena ada suatu keinginan yang akan dicapai. Misalnya perusahaan yang menjual produk, dimana pelayanan dimaksudkan untuk menciptakan kepuasan konsumen dengan maksud perusahaan dapat mempertahankan konsumen yang sudah ada dan sekaligus merekrut konsumen baru.

Menurut Swastha (1993:343), bahwa pelayanan adalah kegiatan yang dapat diidentifikasi dan bersifat media penghubung antara pihak satu dengan pihak yang lain dengan

maksud dan tujuan tertentu. Definisi diatas mengandung makna, bahwa pelayanan adalah sebuah aktivitas yang sifatnya sebagai penghubung yang diberikan layanan (menerima layanan) dengan tujuan yang hendak dicapai. Dengan demikian, maka pelayanan harus dipandang sebagai suatu manfaat bagi semua pihak yang terlibat dalam pelayanan tersebut, yaitu pihak yang melaksanakan pelayanan, dimana akan memperoleh imbalan jasa, seperti uang atau kepercayaan dari pihak yang terlayani dan pihak dan dari pihak yang melayani, dimana akan diperoleh hasil yuang diinginkan, baik hasil dalam bentuk materi maupun moril.

Menurut Nitisemito (1996:45) memberikan definisi pelayanan adalah aktifitas yang mendukung kelancaran pemasaran produk dari perusahaan kepada konsumen yang tidak dapat dipisahkan dari semua aktifitas pemasaran karena penilaian konsumen biasanya akan berakhir pada proses pelayanan terutama ketika produk diterima konsumen. Msurut pengertian diatas, bahwa pelayanan adalah sesuatu yang terpenting dalam ilmu pemasaran. Dimana strategi pemasaran yang dilaksanakan perusahaan harus didukung dengan pelayanan yang baik pula, karena pelayanan dapat tercipta pada saat konsumen mulai menawarkan produk dan pada saat terjadi transaksi penjualan. Oleh karena itu perusahaan dalam merekrut dan mempertahankan konsumen atau pelanggan harus mengedepankan kualitas pelayanan, karena secara empiris, kebanyakan konsumen lebih tertarik pada suatu perusahaan disebabkan pelayanan yang ditrima dari perusahaan tersebut. Pelayanan bagi perusahaan yang berorientasi laba ato profit tidak semata-mata hanya dilihat dari kelancaran aktifitas perusahaan melayani konsumen atau pelanggan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan akan barang, tetapi

pelayanan harus dibarengi dengan suatu sikap dan perilaku, komunikasi serta adanya perbaikan hal-hal yang dianggap dapat merugikan pelanggan. Seperti pergantian barang yang rusak dan adanya garansi atau potongan harga yang kesemuanya merupakan upaya mempererat hubungan dengan pelanggan agar dapat bertahan.

Menurut Santoso (1999:67) menyatakan bahwa pelayanan adalah aktivitas yang mendukung pemasaran produk dengan mengedepankan beberapa variable penting, seperti kualitas barang, harga terjangkau, pemberian potongan harga selain sikap, komunikasi dan perilaku dalam menyampaikan barang kepada pelanggan atau pembeli. Hal tersebut berarti perusahaan harus berupaya menciptakan kualitas sumberdaya manusia yang berkualitas, maka sebagai factor yang perlu disejajarkan dengan factor lain jika menginginkan meningkatnya pelanggan/pembeli, karena tanpa kualitas sumberdaya manusia yang berkualitas, maka semua factor-faktor lain yang dijadikan sebagai factor yang mempengaruhi aktivitas pemasaran tidak akan berjalan dengan baik dan berkualitas.

2.1.1 Pelayanan Pelanggan dengan Penampilan Serasi

Setiap berhadapan dengan pelanggan adalah suatu kesempatan baru. Menunjukkan sikap yang baik adalah hal yang pertama dari prinsip 3 A, yang menjamin customer yang baik pada kesempatan acara tersebut. Sikap terhadap kontrol pelanggan, bagaimana kita melakukan pendekatan pada orang tersebut. Faktor utama dalam sikap kita terhadap seseorang adalah penampilan. Kita dapat melihat bahwa penampilan dapat menimbulkan salah duga dan tidak bijaksana untuk mengambil keputusan tersebut. Faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi sikap kita termasuk

ide-ide dan keyakinan kita. Kejadian-kejadian akhir-akhir ini, seperti hal yang tidak menyenangkan atau memusingkan kepala secara tepat tertuju pada saat menjumpai pelanggan dapat juga mempengaruhi tata cara kebiasaan kita. Para pelanggan dapat menjadi sangat perspektif dengan mudah dapat mendeteksi sikap-sikap negatif.

Penampilan artinya citra menampilkan diri, serasi artinya sesuai, selaras atau harmonis. Jadi penampilan serasi berarti cara menampilkan diri secara harmonis atau sesuai dengan yang seharusnya. Misalnya : seorang sekretaris harus berpenampilan sebagai pendamping pimpinan. Seorang pramuniaga harus bersikap ramah dan siap membantu keperluan pembeli.

Berpenampilan serasi dalam melayani pelanggan sebagai seorang pelayan/pedagang antara lain sebagai berikut:

1. Berhias

Berhias merupakan suatu keharusan bagi seorang pelayan dengan berhias yang rapi dan menarik maka akan tampaklah penampilan yang serasi dari seorang pelayan atau pedagang. Untuk itu seorang pelayan yang ingin tampil serasi perlu memperhatikan hal-hal sebagai berikut:

a. Pelayan laki-laki

- 1) Rambut dipotong rapi, tidak menutupi telinga
- 2) Kuku tidak panjang, apalagi sampai hitam
- 3) Tidak merokok ketika melayani pelanggan
- 4) Badan tampak selalu bersih, tidak dekil

b. Pelayan wanita

- 1) Rambut dipotong rapi, diikat atau disanggul bagi yang panjang

- 2) Tidak berlebihan dalam menggunakan perhiasan
- 3) Menggunakan make up secara sederhana
- 4) Memakai parfum sewajarnya

2. Berbusana

Cara berbusana yang baik merupakan ciri khusus yang menunjukkan kepribadian dan kewibawaan bagi seorang pelayan. Berbusana yang baik berarti memperhatikan penampilan diri (*personal appearance*) secara keseluruhan mulai dari berhias rambut, wajah badan, kaki dan kelengkapannya. Kelengkapan busana, misalnya perhiasan (giwang, kalung, cincin, gelang, bros dan lain-lain) tas, sepatu, dasi atau scarf, tutup kepala, kaos kaki atau stocking, sarung tangan dan sebagainya. Bahan pakaian yang dikenakan diantaranya sutra, katun, wol, rayon, nylon.

Pengaruh warna dapat dikategorikan sebagai berikut:

- 1) Warna tenang (kuning muda, abu-abu, hijau muda, biru muda, dan sebagainya)
- 2) Warna cerah (biru laut, hijau zamrud, merah bata, kuning emas, jingga)
- 3) Warna gelap (hitam, biru tua, merah hati)

Motif kain yang dapat dipilih untuk tenaga pelayan bervariasi, antara lain: batik, tenun ikat, bunga-bunga, kotak, garis-garis dan daun-daunan.

3. Ekspresi Wajah

Bagi seorang pelayan menampilkan ekspresi wajah yang simpatik dan menarik amatlah penting. Sebab, perilaku simpatik ini mempunyai andil yang besar dalam menciptakan hubungan yang baik dengan pelanggan. Kontak pertama antara pelayan dengan pelanggan umumnya diawali dari ekspresi wajah. Oleh karena itu,

tenaga pelayan harus berusaha menampilkan ekspresi wajah yang bersahabat.

a. Ekspresi mata

- 1) Lakukan kontak mata secara langsung dengan pelanggan
- 2) Kontak mata harus disertai dengan senyuman
- 3) Tampilkan tatapan mata yang bersahabat
- 4) Hindari mata berkerut atau tatapan kosong
- 5) Mata kaku atau mengalihkan pandangan harus dihindari
- 6) Hindari pula sikap mata ke bawah atau menatap ke suatu benda karena ekspresi ini menunjukkan penghindaran dari suatu percakapan

b. Ekspresi mulut

- 1) Tampilkan senyuman manis sebagai rasa senang atau gembira
- 2) Hindari bibir rapat karena ekspresi ini menunjukkan kemarahan atau kekecewaan
- 3) Hindari pula mulut yang terbuka lebar tanpa bicara karena ekspresi ini menunjukkan kebingungan
- 4) Hindari pula menggigit-gigit bibir karena hal ini mengisyaratkan sikap kesedihan
- 5) Bicaralah sewajarnya dan jangan dibuat-buat

c. Ekspresi Kepala

- 1) Posisi kepala hendaknya tegak sebagai kesediaan untuk berkomunikasi
- 2) Anggukan kepala sebagai isyarat menghormat atau persetujuan
- 3) Hindari memegang kepala dengan tangan karena hal ini menunjukkan kecemasan

- 4) Hindari pula kepala menunduk ke bawah karena hal ini menunjukkan penolakan
- 5) Posisi kepala hendaknya sewajarnya, sehingga tidak menimbulkan kesan kurang perhatian atau sombong atau angkuh.

2.1.2 Pelayanan Pelanggan Dengan Berpikir Positif

Berpikir positif artinya berpikir sehat, logis dan masuk akal (rasional). Teori komunikasi yang rasional adalah teori komunikasi yang menekankan pendekatan yang masuk akal, logis dan intelektual dalam berhubungan dengan orang lain. Teori ini dapat diterapkan dalam melayani para pelanggan.

Ada beberapa pandangan tentang hakikat manusia yang mewarnai teori komunikasi rasional, baik secara teoretis maupun praktis, yaitu sebagai berikut:

- 1) Manusia dipandang sebagai makhluk rasional dan juga bersifat irrasional. Manusia cenderung berpikir logis atau sehat disamping juga bersikap tidak logis atau irrasional.
- 2) Pikiran, perasaan, tindakan manusia merupakan satu kesatuan mekanisme kejiwaan yang satu dengan yang lainnya tidak dapat dipisahkan. Pikiran yang muncul pada setiap orang senantiasa diikat dan diikuti oleh perasaan dan tindakan. Ketiga fungsi psikis, yaitu pikiran, perasaan dan tindakan merupakan suatu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan.
- 3) Setiap individu bersikap unik dan memiliki potensi untuk memahami keterbatasannya serta kemampuan mengubah pandangan hidup dan nilai-nilai yang dimilikinya.

Dalam praktik kehidupan sehari-hari banyak sekali sikap dan tindakan manusia yang kurang atau tidak rasional.

Misalnya, ingin dihargai oleh semua orang, ingin bebas dari persoalan, menganggap dirinya paling tahu, dan keinginan lain, kadang-kadang tidak masuk akal atau tidak rasional.

Berdasarkan pandangan tersebut, kita dalam berhubungan atau berkomunikasi dengan orang lain perlu menerapkan cara berpikir positif dan menghindari berpikir negatif. Demikian bahaya seorang pelayan, pedagang atau pengusaha dalam memperlakukan pembeli atau pelanggan hendaknya memperlakukan secara positif, logis dan manusiawi.

Melayani pelanggan dengan cara berpikir positif berarti memperlakukan pelanggan secara baik, menghormatinya, tidak bersikap apriori, tidak memanfaatkan kelemahannya, dan melayani apa yang diperlukan yang sewajarnya.

1. Melayani Pelanggan Secara Terhormat

Pembeli adalah raja, Karena itu penjual atau pedagang harus memperlakukan mereka secara baik dan terhormat. Melayani pelanggan secara terhormat bukan berarti tenaga pelayan lebih rendah kedudukannya atau harus mengikuti semua kehendak pelanggan. Bersikap hormat dan menghargai pelanggan bukan pula berarti tenaga pelayan harus kehilangan harga dirinya.

Melayani pelanggan secara terhormat dapat dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Sapalah dengan ekspresi wajah tersenyum apabila kedatangan pelanggan
- b. Tanyai dan catatlah tentang keperluan pelanggan
- c. Berilah penjelasan yang berkaitan dengan keperluan pelanggan

- d. Siapkanlah segera barang-barang yang diperlukan oleh pelanggan
 - e. Usahakan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi
2. Tidak bersikap apriori terhadap pelanggan
- Suatu tindakan yang tidak logis adalah apabila tenaga penjualan bersikap apriori atau masa bodoh terhadap para pelanggan. Sebab, sikap apriori ini dapat menyebabkan pelanggan menjadikecewa, merasa kesal, atau merasa tidak dihargai. Tidak sedikit pelanggan atau pembeli menjadi marah-marah karena merasa diacuhkan. Apabila pelanggan sudah kecewa atau merasa kesal maka besar kemungkinan dia tidak datang lagi atau pindah mencari pedagang lain.
- Dari hasil penelitian diperoleh data bahwa kemunduran suatu perdagangan disebabkan ditinggalkan oleh pelanggannya. Ditinggalkan oleh para pelanggan bukan saja berpengaruh pada tingkat penjualan, melainkan juga dapat menyebabkan gulung tikar pada usaha perdagangan tersebut. Sebab, pelanggan yang kecewa tadi akan membicarakan atau melaporkan kelemahan pelanggannya kepada orang lain. Akibatnya adalah kebangkrutan bagi pengusaha tersebut yang disebabkan oleh dirinya sendiri dalam menghadapi pelanggannya.
3. Tidak mencari atau memanfaatkan kelemahan pelanggan
- Dalam kehidupan sehari-hari tidak jarang kita temui para pedagang yang licik dengan cara memanfaatkan kelemahan pembeli, seperti menjual dengan harga tinggi kepada pembeli atau pelanggan yang belum atau tidak mengetahui harga standar barang-barang tersebut. Pedagang menjual barang dengan berkualitas rendah, imitasi atau tiruan dengan harga standar barang asli. Ulah

pedagang tersebut dilakukan untuk mengelabui pembeli yang tidak tahu harga yang standar. Padahal tindakan ini pasti akan ketahuan dan akibatnya pembeli tidak akan kembali lagi kepada pedagang tersebut.

Berikut ini adalah langkah-langkah yang harus dilakukan dalam pelayanan prima kepada pelanggan:

- a. Hindari sikap memanfaatkan kelemahan pihak pembeli atau pelanggan
- b. Hindari sikap ingin memperoleh keuntungan besar dari praktik membohongi atau menipu pelanggan
- c. Jangan menjual barang atau jasa yang berkualitas rendah dengan standar harga barang berkualitas tinggi
- d. Jangan menjual barang tiruan atau rusak
- e. Jangan menaikkan harga-harga barang atau jasa tanpa sepengetahuan pelanggan
- f. Hindari membuat iklan atau promosi yang berlebihan, hanya untuk membohongi pembeli atau pelanggan padahal persediaan dan kualitas barang rendah.

Kesimpulan dari pembicaraan di atas adalah jika kita memperlihatkan sikap yang positif terhadap pelanggan, mereka akan merasakannya dan sebaliknya pelanggan akan mempunyai reaksi yang menguntungkan terhadap kita.

Contoh perilaku yang menunjukkan sikap yang positif adalah:

- Santai dan sopan serta menempatkan pelanggan semudah mungkin
- Diplomatis dan sensitive terhadap perasaan pelanggan
- Membuat pelanggan merasa diistimewakan, contohnya dengan menggunakan dan menyebut namanya

- Menunjukkan perhatian yang wajar dan tidak dibuat-buat dan mengajukan pertanyaan dan mencatat jawabannya
- Menunjukkan kebanggaan pada diri sendiri, pekerjaan dan jabatannya dengan pakaian yang pantas dan serasi
- Menawarkan bantuan tanpa menunggu diminta
- Secara sukarela memberikan informasi dan menggunakan secara jelas dengan bahasa sehari-hari
- Terlihat bersahabat/familiar
- Senyum

2.1.3 Pelayanan Pelanggan dengan Sikap Menghargai

Bahwa salah satu sifat manusia adalah perasaan ingin dihargai dan dihormati, itulah sebabnya kita sebagai seorang pelayan harus dapat menghormati dan menghargai pelanggan. Pelanggan yang merasa dihargai akan termotivasi untuk melanjutkan hubungan bisnis dengan kita.

Adapun cara-cara melayani pelanggan dengan sikap menghargai, dilakukan sebagai berikut:

1. Setiap pelanggan harus dilayani dengan sebaik-baiknya
2. Janganlah membeda-bedakan pelanggan
3. Menghargai pelanggan harus bersikap sopan santun dan ramah tamah
4. Dengarkan dan catat setiap permintaan atau kebutuhan pelanggan
5. Gunakan tutur bahasa yang baik disertai dengan senyum
6. Tunjukkan sikap simpatik dan perasaan senang dalam menghadapi pelanggan
7. Usahakan sikap menghargai pelanggan itu secara konsisten, artinya tidak berubah-ubah

8. Terimalah kehadiran para pelanggan itu sebagaimana adanya, kita tidak boleh mudah menilai, baik atau tidak perilaku pelanggan itu.
9. Usahakan kebutuhan pelanggan untuk dipenuhi
10. Dengarkanlah dengan penuh perhatian, apabila pelanggan mengemukakan saran atau pendapatnya

Sedang sikap yang tidak baik dalam menerima pelanggan adalah sebagai berikut:

1. Sikap kurang sopan atau ketus
2. Kurang mengindahkan tatakrams atau etiket berdagang
3. Tidak segera menanyakan maksud dan tujuan pelanggan
4. Kurang memperhatikan keinginan pelanggan
5. Tidak mempersilahkan pelanggan untuk duduk
6. Menunjukkan sikap tidak ramah dan tidak bersahabat
7. Menggunkan tutur kata yang tidak bisa dimengerti oleh pelanggan
8. Berbicara dengan pelanggan sambil membuang muka
9. Bersikap tidak simpatik, bahkan dengan menyinggung perasaan pelanggan
10. Tidak segera memenuhi kebutuhan pelanggan

Seorang penyedia pelayanan atau tenaga pemasaran yang melayani pelanggan dengan sikap menghargai berarti di atelah melaksanakan prinsip layanan prima berdasarkan konsep sikap (*attitude*). Sikap menghargai ini akan menimbulkan rasa simpati dan perasaan dihargai pada diri pelanggan.

Sikap menghargai dapat diwujudkan melalui tutur bahasa yang baik dan menyenangkan. Tutur bahasa yang baik pada dasarnya adalah menggunakan bahasa indonesia yang baik dan benar. Sikap menghargai itu harus

memperhatikan pula tatakrama dan sopan santun dalam menyambut kedatangan pelanggan.

Tatakrama atau etiket dalam melayani pelanggan dapat dilakukan sebagai berikut:

1. Bersikap ramah ketika menerima pelanggan
2. Menanyakan maksud dan tujuan pelanggan
3. Memberi kesempatan berbicara kepada pelanggan
4. Ketika berbicara pandangan mata tertuju pada pelanggan
5. Berbicara menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar
6. Mendengarkan dan mencatat semua kebutuhan pelanggan
7. Menjelaskan keadaan barang dan jasa beserta harga-harganya
8. Menerangkan pula kelebihan dan kekurangan barang-barang yang ditawarkan secara objektif
9. Menghargai pendapat dan penawaran yang diajukan oleh pelanggan
10. Mengusahakan memenuhi kebutuhan pelanggan akan barang dan jasa

Pelayanan : Usaha melayani kebutuhan orang lain

Karakteristik pelayanan sbb:

1. Pelayanan bersifat tidak dapat diraba, pelayanan sangat berlawanan sifatnya dengan barang jadi
2. Pelayanan adalah tindakan nyata dan tindakan sosial
3. Suatu produk tidak dapat dipisahkan dari suatu pelayanan (Normann)

Pelayanan merupakan usaha apa saja yang meningkatkan kepuasan pelanggan. Pelayanan umum adalah segala bentuk pelayanan umum yang dilaksanakan pemerintah pusat & daerah, dilingkungan BUMN/D dalam bentuk barang atau jasa, baik dalam rangka pemenuhan

kebutuhan masyarakat maupun dalam rangka pelaksanaan ketentuan peraturan, perundang-undangan. (Kep. MENPAN no 81/1993)

Fungsi pelayanan sebagai berikut:

1. *Enviromental service*
2. *Development service*
3. *Protective service*

Obyek pelayanan

1. *Private goods* (Layanan yang bersifat individual)
2. *Public goods* (Layanan yang kelompok atau kolektif)

Standar Pelayanan, merupakan ukuran yang telah ditentukan sebagai suatu pembakuan pelayanan yang baik. Dalam standar pelayanan terdapat baku mutu pelayanan, yakni kondisi dinamis yang terkait dengan produk, jasa, proses dan lingkungan yang memenuhi atau me lebih harapan pihak yang me- nginginkannya

2.1.4 Prinsip-Prinsip Pelayanan

1. Kebijakan Pemerintah

Berdasarkan Kep. Menpan nomor 81 tahun 1993 sendi-sendi pelayanan adalah sebagai berikut :

- a. Kesederhanaan, mudah, lancar, cepat tidak berbelit-belit.
- b. Kejelasan dan kepastian dalam hal :
 1. Prosedur / tata cara pelayanan umum
 2. Persyaratan-persyaratan umum baik teknis maupun administrasi.
 3. Unit kerja / pejabat bertanggung jawab.
 4. Ada rincian biaya yang jelas dan cara pembayarannya
 5. Ada kepastian waktu penyelesaian.
 6. Ada bukti penerimaan maupun pemberian layanan.

2. Komitmen Pelayanan

Prinsip-prinsip pelayanan akan bisa dirasakan oleh pihak pelanggan manakala para pelayan mempunyai komitmen pelayanan antara lain :

- a. Kejelasan, pelayanan yang diberikan kepada masyarakat diperlukan kejelasan terhadap semua hal yang berkaitan dengan sistem dan prosedur pelayanan menurut ketentuan yang berlaku.

2.1.5 Standar dan Mutu Pelayanan

Pengertian Mutu Pelayanan Prima

Perubahan paradigma pelayanan.

- ❖ Paradigma merupakan sekumpulan asumsi atau anggapan yang memungkinkan seseorang menciptakan realitasnya sendiri (Tjiptono 1997).
- ❖ Pelayanan kepada masyarakat dimasa datang harus semakin baik (*better*), semakin cepat (*faster*), semakin baru (*newer*), semakin murah (*cheaper*), semakin sederhana (*more simple*)
- ❖ Total Quality Management, adalah suatu istilah yang mempunyai asumsi bahwa memaksimalkan daya saing organisasi melalui perbaikan yang berkesinambungan atas mutu barang, jasa, manusia dan lingkungannya.

TQM bisa dicapai dengan memperhatikan hal-hal tersebut :

1. Berfokus pada pelanggan
2. Obsesi terhadap mutu
3. Pendekatan ilmiah
4. Komitmen jangka panjang
5. Kerjasama tim
6. Perbaikan sistem secara berkesinambungan
7. Pendidikan dan latihan.

Penyusunan standar pelayanan merupakan langkah-langkah atau tahapan yang perlu dilakukan dalam membuat standar pelayanan. Penyusunan standar pelayanan bukanlah suatu pekerjaan yang mudah. Dalam prakteknya ada beberapa kesulitan dalam penetapan standar pelayanan yang perlu diperhatikan yaitu :

1. Minimnya pengalaman dalam penetapan standar, demikian pula kurangnya pengalaman dalam berbagai jenis pelayanan, data yang diperlukan, dan kesulitan dalam mengekspresikan kualitas dalam bentuk standar.
2. Kesulitan dalam menentukan standar bidang pekerjaan yang membutuhkan banyak pergantian orang dan teknologi
3. Kecenderungan bekerja berdasarkan dengan standar minimum yang berlaku di perusahaan.
4. Beberapa standar ditetapkan lebih rendah untuk kepentingan persaingan dengan competitor

Pelayanan Mengacu pada Kepuasan Pelanggan.

Kalau kinerjanya di bawah harapan, pelanggan akan kecewa.

- Kalau kinerjanya sesuai harapan, pelanggan akan merasa puas
- Kalau kinerjanya melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas.

Tjiptono (1997), menyatakan bahwa tiga tingkatan harapan pelanggan

1. Harapan pelanggan yang sederhana adalah “*must have*”, misalnya saya harus sampai dengan selamat.
- Kepuasan pelanggan bila terpenuhi spesifikasi tertentu
- Kepuasan pelanggan bila terpenuhi spesifikasi tertentu.

Pelanggan menuntut kenyamanan, sehingga pelanggan senantiasa tertarik dengan produk 10 dimensi yang bisa meningkatkan mutu pelayanan

1. Kesopanan dan keramahan
2. Ketepatan waktu pelayanan
3. Akurasi pelayanan
4. Tanggung jawab
5. Kelengkapan
6. Kemudahan dalam pelayanan
7. Variasi model pelayanan.
8. Pelayanan pribadi
9. Kenyamanan dalam memperoleh
10. Pelayanan

Mutu Pelayanan Prima

Konsep Mendahulukan kepentingan pelanggan perlu mendahulukan pelanggan eksternal daripada pelanggan internal.

1. Beberapa keluhan yang mungkin terjadi:
 - a) *Mechanical Complaint*
 - b) *Attitudinal Complaint* (sikap petugas pelayanan)
 - c) *Service Related Complaint* (yang berhubungan dengan pelayanan).
 - d) *Unusual Complaint* (keluhan yang aneh)
2. Langkah-langkah strategis mengatasi keluhan pelanggan
 - a) Tidak boleh terpancing ikut marah
 - b) Tidak menjanjikan sesuatu, yang sulit dipenuhi
 - c) Bila tidak mampu, berkatalah sejujurnya.
 - d) Sabar dan lakukan pendekatan secara proporsional.
 - e) Pelayanan dengan sepenuh hati
 - f) Budaya pelayanan prima
 - g) Sikap pelayanan prima

- h) Sentuhan pribadi pelayanan prima
- i) Pelayanan prima sesuai dengan pribadi prima.

8 Suplemen pelayanan menurut Levelock

1. Information
2. Consulation
3. Ondertaking
4. Horspitality
5. Cretaking
6. Exception
7. Billing
8. Payment

Jenis dan karakteristik pelanggan

- Customer dapat dikategorikan dalam dua jenis, yaitu :

1. Pelanggan internal.

- a. Pelanggan internal pemerintah

Untuk dapat meningkatkan citra positif di mata pelanggan perlu diperhatikan hal-hal sebagai berikut :

- **Membangun Citra Diri Positif**

Cara-cara untuk membangun citra diri positif di mata pelanggan adalah :

- Memperhatikan pentingnya kesan awal.
- Pendekatan awal dapat mempengaruhi hubungan selanjutnya.
- Jangan membuat orang lain menunggu
- Sapalah pelanggan dengan menyebut namanya.
- Usahakan selalu bersikap ramah, sampaikan salam sesuai waktu.
- Pada waktu berbicara, pandang matanya.
- Tersenyum setiap saat
- Kegembiraan dapat menampilkan wajah berseri.

- Berbicara dengan jelas, dengan kata-kata yang dipahami pelanggan.
 - Hindari beban pikiran yang menyebabkan perhatian pelanggan terpecah. Berusaha mengerti terlebih dahulu, baru dimengerti.
2. Mengenal karakter pelanggan
- a. Keterampilan dasar pelayanan. Keterampilan dasar yang dapat diterapkan dalam semua strategi pelayanan yaitu :
1. Pusatkan perhatian pada pelanggan. Cara yang dapat ditempuh :
 - Mendengarkan
 - Perhatikan sikap tubuh anda
 - Menatap mata pelanggan saat berbicara
 - Perhatikan ekspresi wajah anda
 - Menanggapi pembicaraan pelanggan
 - Perhatikan nada bicara anda
 - Menempatkan kepentingan pelanggan pada nomor satu dan orang lain.
 2. Memberikan pelayanan yang efisien. Cara yang dapat dilakukan :
 - Melayani pelanggan berikutnya segera setelah selesai dengan pelanggan pertama.
 - Pergunakan waktu seakurat mungkin.
 - Berbicara seperlunya kepada pelanggan
 - Merencanakan apa yang selanjutnya akan dilakukan
 - Menindaklanjuti pelayanan sampai tuntas
 - Menjawab pertanyaan pelanggan secara singkat, tepat, cepat dan tidak bertele-tele.

3. Meningkatkan perasaan harga diri pelanggan. Cara yang dapat dilakukan :
 - Mengenali kehadiran pelanggan dengan segera.
 - Selalu menggunakan nama pelanggan sesering mungkin.
 - Tidak menggurui pelanggan, bagaimana-pun pintarnya anda.
 - Memuji dengan tulus dan memberikan penghargaan kepada pelanggan
 - Memperlakukan pelanggan sebagai orang dewasa.
4. Membina hubungan baik dengan pelanggan. Cara yang dilakukan :
 - Mendengarkan apa yang disampaikan oleh pelanggan tanpa memotong pembicaraannya.
 - Menunjukkan simpati dan berbicara dengan penuh perasaan.
 - Mempersilahkan pelanggan menanggapi dan berusaha menyelesaikan masalahnya.
5. Dapat menentukan apa keinginan pelanggan. Cara yang dilakukan :
 - Menanyakan kepada pelanggan
 - Mengulangi kembali apa keinginan pelanggan, kemudian menarik inti dari apa yang dikatakan.
6. Mengalihkan pelayanan ke orang lain. Cara yang dilakukan :
 - Bila seorang pelanggan meminta pelayanan di luar kemampuan anda, cara terbaik adalah mengalihkan pelayanan tersebut kepada yang lebih mampu.

- Setelah mengetahui keinginan pelanggan, anda menjelaskan kepadanya sambil meminta maaf bahwa anda tidak mampu melayaninya.
 - Hal ini juga dijelaskan dihadapan orang yang hendak menggantikan anda. Perkenal-kan orang tersebut kepada pelanggan.
- b. Cara meningkatkan citra positif di mata pelanggan, kenali karakter pelanggan.
1. Pelanggan yang pendiam
 2. Pelanggan yang tidak sabar
 3. Pelanggan yang tidak banyak bicara
 4. Pelanggan yang senang berdebat
 5. Pelanggan yang memiliki banyak permintaan.

2.2. Sejarah Perkembangan Pelayanan Prima

Menurut Garvin dalam bukunya *Managing Quality*, menyebutkan bahwa kualitas sebagai suatu konsep telah lama dikenal oleh masyarakat, akan tetapi kemunculannya sebagai fungsi manajemen terjadi belum lama ini.. Menurutny bahwa konsep dan pendekatan kualitas mengalami tahap-tahap perkembangan, antara lain pendekatan inspeksi, pengendalian kualitas *statistical*, jaminan kualitas, manajemen kualitas strategik. Tahapan perkembangan kualitas tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Pendekatan Inspeksi.

Dalam era ini inspeksi atau pengawasan terhadap produk dilakukan secara langsung dan dibandingkan dengan standar yang seragam. Sejal awal abad ke-20 kegiatan inspeksi dikaitkan dengan pengendalian kualitas. Pada waktu itu kualitas dipandang sebagai fungsi manajemen tersendiri.

2. Pendekatan Statistika.

Gerakan penilaian kualitas yang menggunakan pendekatan ilmiah untuk pertamakalinya berlangsung pada tahun 1931 yaitu dengan dipublikasikannya hasil karya WA.Shewhart, seorang penelitikualitas dari Bell Telephone Laboratories.Ia menyebutkan bahwa variabilitas merupakan suatu kenyataan dalam industry dan hal ini dapat dipahami dengan menggunakan prinsip probabilitas dan statistic.

Dua rekan Shewart mengembangkan tehnik statistic untuk melakukan sampling sejumlah item yang terbatas di setiap kelompok produksi. Sasarannya adalah untuk melakukan trade-off antara biaya tinggi akibat inspeksi 100% dengan resiko dari salah satu keadaan berikut :

- a) Menerima suatu kelompok produk yang sesungguhnya terdiri dari item-item yang rusak dalam presentasi tinggi
- b) Menolak suatu kelompok produk yang sesungguhnya memenuhi standar kualitas.

3. Pendekatan Jaminan Kualitas

Dalam era ini terdapat pengembangan empat konsep baru yang penting yaitu :

1) Biaya kualitas :

Adalah istilah yang diciptakan oleh Yosep Juran untuk menjawab pertanyaan seberapa besar kualitas dirasa cukup?, dan menurutnya, biaya untuk mencapai tingkat kuantitas tertentu dibagi menjadi biaya yang dapat dihindari dan biaya yang tak dapat dihindari. Biaya yang dapat dihindari adalah biaya kegagalan produk yang meliputi bahan baku yang rusak, jam kerja yang digunakan untuk perbaikan, pemrosesan keluhan, dan kerugian finansial akibat pelanggan yang kecewa. Sedangkan biaya yang tak dapat dihindari dikaitkan

dengan inspeksi dan pengendalian kualitas yang dirancang untuk mencegah terjadinya kerusakan (*defect*). Implikasi pandangan Juran ini adalah pengeluaran tambahan untuk perbaikan kualitas dapat dijustifikasi selama biaya kegagalan masih tinggi.

2) Pengendalian kualitas terpadu

Adalah merupakan hasil pemikiran Armand Feigenbaum yang dikemukakannya pada tahun 1965. Menurut pendapatnya bahwa pengendalian dimulai dari perancangan produk dan berakhir jika produk telah sampai ketangan pelanggan yang puas. Prinsip utamanya adalah *quality is every body's job*. Ia menyadari bahwa kegiatan kualitas dapat dikelompokkan kedalam tiga kategori yaitu :

- a) Pengendalian rancangan baru
- b) Pengendalian bahan baku yang baru datang
- c) Pengendalian produk

3) *Reliability engineering*/Teknik Keandalan

Muncul pada tahun 1950, yang didorong oleh kebutuhan Angkatan Bersenjata Amerika untuk memiliki peralatan elektronik dan senjata udara yang dapat diandalkan, bekerja dengan baik , serta menghindari kebutuhan untuk penggantian suku cadang yang mahal.

4) *Zero defect*/nol cacat

Pertamakali dimunculkan oleh Martin Company pada tahun 1961-1962. Konsep ini timbul karena kebutuhan pelanggan militer akan produk yang tidak hanya bekerja baik pada saat pertama kali, tetapi juga diserahkan tepat waktu. Konsep zero defect lebih dipusatkan pada harapan manajemen dan hubungan antar pribadi dari pada ketrampilan rekayasa.

Tujuan utamanya adalah mengharapakan kesempurnaan pada saat pertama dan fokusnya pada identifikasi masalah pada sumbernya dengan perhatian khusus untuk mengoreksi penyebab umum kesalahan karyawan seperti kurangnya perhatian, kurang pengetahuan, fasilitas yang tepat, kurangnya perhatian, kesadaran, dan motivasi karyawan. Menurut konsep *zero defect* kesalahan-kesalahan yang disebabkan oleh :

- a) Kurangnya pengetahuan dapat diatasi dengan menggunakan teknik-teknik pelatihan modern
- b) Kurangnya fasilitas yang memadai dapat diatasi dengan survey pabrik dan peralatan secara periodik
- c) Kurangnya perhatian merupakan kesalahan yang paling sulit untuk dideteksi.

4. Pendekatan manajemen kualitas strategis

Untuk memberikan gambaran tentang pendekatan manajemen kualitas strategis, berikut ini akan dikemukakan pengalaman-pengalaman perusahaan Jepang dan perusahaan Amerika dan Eropa. Selain ke empat era yang dikemukakan oleh Garvin tersebut, Christopher Lovelock menambahkan era kelima, yaitu obsesi kualitas menyeluruh (*Total Quality Obsession*). Tahun 1987 dipandang dipandang sebagai awal dari era kualitas kelima ini.

Mendengar istilah pelayanan prima, bukanlah suatu hal yang asing lagi bagi kita. Suatu tindakan yang diberikan oleh suatu lembaga atau pihak tertentu kepada pihak lain sesuai dengan kebutuhan adalah bentuk dari pelayanan. Manajemen pelayanan prima merupakan suatu kajian yang tidak hanya bermuatan konseptual tetapi juga bermuatan terapan. Dalam hati kita bertanya, mengapa demikian? Hal ini bisa dimengerti bahwa, konsep pelayanan yang terbaik sekalipun apabila tidak

dapat diaplikasikan maka tidak akan menghasilkan pelayanan yang berkualitas. Sebaliknya pelayanan berkualitas dalam suatu organisasi, lembaga, perusahaan hanya dapat diwujudkan apabila didukung oleh konsep yang jelas. Kedua muatan tersebut menjadi sangat penting artinya, mengingat pada saat ini masih sering dijumpai fenomena rendahnya kualitas pelayanan baik di bidang pemerintahan maupun bisnis. Suatu pelayanan dikatakan baik atau prima apabila pelayanan tersebut dapat mensinergikan semua komponen pelayanan dalam pelaksanaan pelayanan, sehingga dapat memberikan kepuasan kepada konsumen/masyarakat. Komponen-komponen pelayanan yang dimaksud disini adalah :

- ❖ SDM yang berkualitas,
- ❖ Orientasi SDM dalam pelayanan,
- ❖ Sistem dalam organisasi dan manajemen,
- ❖ Standarisasi,
- ❖ Sistem informasi,
- ❖ Daya dukung, serta
- ❖ Penerapan pelayanan.

Sebagai suatu konsep, pelayanan prima oleh Sumber Daya Manusia adalah :

- Pribadi prima yang tampil ramah.
- Pribadi prima yang tampil sopan.
- Pribadi prima yang tampil yakin.
- Pribadi prima yang tampil rapi
- Pribadi prima yang tampil ceria.
- Pribadi prima yang senang memaafkan.
- Pribadi prima yang senang bergaul.
- Pribadi prima yang tampil belajar dari orang lain.
- Pribadi prima yang senang pada kewajaran.

- Pribadi prima yang senang menyenangkan orang lain.
- ❖ Sedangkan pelayanan sebagai suatu terapan baik di suatu organisasi, lembaga, perusahaan dapat dilakukan dengan : *Smile for everyone* (tersenyum pada setiap orang).
- ❖ **Excellence in everything we do** (baik dalam mengerjakan sesuatu)
- ❖ *Reaching out to every guest with hospitality* (menjadikan atau memperlakukan setiap tamu merasa nyaman).
- ❖ *Viewing every guest as special* (memandang setiap tamu sebagai hal khusus).
- ❖ *Inviting guest to return* (mengharapkan setiap tamu untuk kembali).
- ❖ *Creating a warm atmosphere* (membentuk atau mengkreasikan suasana hangat).
- ❖ *Eye contact that shows we care* (tatapan mata yang menunjukkan perhatian).

Dari penyampaian diatas, kita juga harus memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi / membentuk kualitas dari suatu pelayanan. Beberapa faktor tersebut antara lain :

- ❖ **Kehandalan (reliability)**, artinya suatu kemampuan organisasi, lembaga, atau perusahaan dalam memberikan kualitas pelayanan yang dijanjikan secara akurat kepada konsumen
- ❖ **Cepat tanggap (responsibility)** artinya suatu kemauan personel organisasi, lembaga, atau perusahaan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat terhadap konsumen.
- ❖ **Kepastian jaminan (Assurance)** artinya suatu pengetahuan, keramahan dan kemampuan personel organisasi, lembaga, atau perusahaan untuk menanamkan kepercayaan kepada konsumen.

- ❖ Perhatian (*Emphaty*) artinya suatu perhatian individu personel organisasi, lembaga, perusahaan yang diberikan kepada konsumen.
- ❖ Bukti langsung/realita (*Tangibles*) artinya suatu penampilan fisik yang baik dan menyenangkan; fasilitas (gedung, peralatan, lainnya), materi promosi, seragam personel; yang dimiliki oleh organisasi, lembaga atau perusahaan. Point terakhir, agar pelayanan prima dapat terwujud perlu memadukan kualitas pelayanan prima dengan penilaian kinerja organisasi, lembaga atau perusahaan; mengembangkan dan memadukan budaya introspeksi, komitmen dan pencapain diri serta memotivasi keterlibatan bawahan bagi pencapaian tujuan dan peningkatan kualitas secara berkesinambungan melalui proses manajemen pengembangan Sumber Daya Manusia.

2.3. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan gambaran pelaksanaan pelayanan berjalan sesuai yang ditetapkan. Misalnya penggunaan waktu dan kualitas pekerjaan relative cepat. Hal ini menunjukkan, bahwa kualitas pelayanan berarti ada efektifitas dan efisiensi yang tercipta pada suatu aktifitas pelayanan. Guna mengetahui kualitas pelayanan, perusahaan tidak dapat menentukan sendiri keberhasilannya, tetapi harus melibatkan pula pelanggan didalamnya, karena yang menerima atau merasakan pelayanan adalah pelanggan atau pembeli, sedangkan perusahaan hanya bertindak sebagai pemberi pelayanan.

Mangkunegara (2000:67) memberikan definisi kualitas pelayanan adalah standar tingkat pelayanan yang diberikan kepada pihak yang membutuhkan pelayanan berdasarkan

ketentuan yang telah ditetapkan dan pihak yang dilayani merasa puas dan memberikan respon positif. Menurut pengertian di atas, bahwa kualitas pelayanan adalah suatu bentuk pelayanan yang memenuhi standar yang telah ditetapkan. Misalnya kualitas pelayanan bagi perusahaan, berarti ukurannya adalah besarnya perbandingan antara out dengan input, relative rendahnya jumlah jam kerja digunakan, tetapi hasilnya sesuai dengan yang direncanakan dan kecepatan menyelesaikan pekerjaan sesuai yang ditargetkan, tetapi hasilnya memenuhi syarat, sedangkan standar ukuran kualitas pelayanan bagi konsumen, berarti konsumen merasa puas atas layanan yang diberikan atau diterima dan juga adanya tingkat kepercayaan konsumen terhadap perusahaan.

Kotler yang dikutip oleh Heryati Purnomo (1992;128) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen yang barometranya dapat dilihat dari prosedur atau mekanisme pelayanan itu sendiri dan didukung reaksi konsumen yang ditandai dengan kepuasan kualitas pelayanan.

Menyimak pengertian di atas dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan dapat diartikan apabila tercapai prosedur pelayanan yang telah ditentukan disatu sisi dan relative kecilnya keluhan pelanggan atau pembeli. Guna mengetahui kualitas pelayanan, perusahaan tidak bisa menentukan sendiri keberhasilannya, tetapi harus melibatkan pula pelanggan didalamnya, karena yang menerima atau merasakan pelayanan adalah pelanggan atau pembeli, sedangkan perusahaan hanya bertindak sebagai pemberi pelayanan.

Vincent Gaspersz menyatakan bahwa kualitas pelayanan meliputi dimensi-dimensi sebagai berikut :

- a) Ketepatan waktu pelayanan berkaitan dengan waktu tunggu dan proses.
- b) Kualitas pelayanan berkaitan dengan akurasi atau ketepatan pelayanan.
- c) Kualitas pelayanan berkaitan dengan kesopanan dan keramahan pelaku bisnis.
- d) Kualitas pelayanan berkaitan tanggungjawab dalam penanganan keluhan pelanggan.
- e) Kualitas pelayanan berkaitan dengan sedikit banyaknya petugas yang melayani serta fasilitas pendukung lainnya.
- f) Kualitas pelayanan berkaitan dengan lokasi, ruangan tempat pelayanan, tempat parkir, ketersediaan informasi dan petunjuk/panduan lainnya.
- g) Kualitas pelayanan berhubungan dengan kondisi lingkungan, kebersihan, ruang tunggu, fasilitas music, AC, alat komunikasi dan lain lain

Disamping dimensi-dimensi kualitas pelayanan pelanggan juga mempunyai dua tipe pelanggan yaitu :

- a) Pelanggan Internal adalah orang-orang yang terlibat dalam proses produksi barang/jasa sejak mulai dari perencanaan, penciptaan atau pembuatan barang sampai dengan pemasaran dan penjualan serta pengadministrasiannya.
- b) Pelanggan Eksternal adalah semua pihak atau orang-orang yang berada diluar perusahaan atau diluar instansi pemerintah, yang menerima pelayanan dan membeli barang/jasa yang dihasilkan oleh perusahaan.

BAB III

KONSEP PELAYANAN PRIMA

3.1 Konsep Dasar Pelayanan Prima

Mempelajari pelayanan prima kita harus selalu berpikir positif, dan memberikan pelayanan yang maksimal. Pelayanan Prima berlaku bagi setiap pekerja di perusahaan mulai dari satpam sampai ke jabatan direktur utama harus melaksanakan yang namanya pelayanan prima.

Ada tiga konsep dasar pelayanan prima yang harus diperhatikan dalam mewujudkan pelayanan prima yaitu :

- a. Konsep sikap (*attitude*)
- b. Konsep Perhatian (*attention*)
- c. Konsep Tidakan (*action*)

Mari kita bahas masing-masing ketiga pengertian dari tiga konsep dasar pelayanan prima tersebut.

3.1.1 Konsep sikap

Adalah keberhasilan bisnis industry jasa pelayanan akan sangat tergantung pada mereka yang terlibat didalamnya. Sikap pelayanan yang diharapkan tertanam pada diri para karyawan adalah sikap yang baik, ramah, penuh simpatik dan mempunyai rasa memiliki yang tinggi terhadap perusahaan. Jika seseorang bekerja disuatu perusahaan maka, sikap kita akan menggambarkan perusahaan. Karena karyawan akan mewakili citra perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung. Salah satu contohnya adalah uniform atau seragam dan ID card yang selalu karyawan kenakan selama bekerja, sehingga karyawan harus dapat membawa dirinya pada waktu bekerja sebagai seorang karyawan perusahaan yang bersangkutan. Konsumen akan menilai perusahaan dari

kesan pertama dalam berhubungan dengan orang-orang yang terlibat dalam perusahaan tersebut.

Konsep sikap terdiri dari :

1. **Pelaksanaan pelayanan prima berdasarkan konsep sikap** adalah hasil berbagai proses yang saling mendukung yaitu manajemen pengelolaan yang baik, kualitas pelayanan yang memadai, SDM yang cerdas dan cekatan, serta jalinan kebersamaan dan kerja sama yang saling menguntungkan antara perusahaan dengan pihak lain yang terkait.
2. **Kemampuan diri** adalah kemampuan minimal yang harus dimiliki seseorang atau jajaran petugas pelayanan yang berkaitan dengan wawasan pengetahuan dan ketrampilan yaitu sebagai berikut :
 - Memiliki pengetahuan yang sesuai dengan bidang pekerjaannya
 - Memiliki ketrampilan yang sesuai dengan bidang pekerjaannya
 - Memahami cara-cara melakukan komunikasi yang baik
 - Kreatif dan inovatif dalam menghadapi situasi dan kondisi, sehingga mudah beradaptasi dengan lingkungan.
 - Mampu mengendalikan emosi.
3. **Penampilan** adalah suatu bentuk citra diri yang terpancar pada diri seseorang dan merupakan sarana komunikasi diri kita dengan orang lain. Berpenampilan menarik adalah salah satu kunci sukses dalam bekerja, terutama bidang pekerjaan yang sering berhubungan dengan orang banyak. Contoh :
 - Memiliki inner beauty yang baik,

- Self control terkendali
- Ekspresif
- Body language
- Cara berbicara
- Menjaga kesehatan tubuh
- Berpakaian bersih
- Rapi

Penampilan diri yang baik adalah perpaduan dari keserasian penampilan yang timbul dari dalam diri manusia (rohani). Contoh :

- Berpakaian yang bersih
- Matching kesesuaian warna
- Sopan
- Aksesoris yang sesuai dengan keadaan
- Kondisi fisik yang fit
- Grooming
- Sepatu selalu mengkilap

Berpenampilan serasi adalah gaya penampilan seseorang yang memadukan fisik atau sosok diri, citra diri, mode dan kepantasan dan kepatutan. Contoh :

- Model sesuai dengan postur tubuh
- Corak dan warna sesuai dengan warna kulit
- Sesuai dengan usia.

Sikap yang diharapkan berdasarkan konsep pelayanan prima adalah :

1. Sikap pelayanan prima berarti mempunyai rasa kebanggaan terhadap pekerjaan
2. Memiliki pengabdian yang besar terhadap pekerjaan
3. Senantiasa menjaga martabat dan nama baik perusahaan

4. Sikap pelayanan prima adalah benar atau salah tetap perusahaan saya.

2.1.2 Konsep Perhatian

Dalam melakukan kegiatan layanan, seorang karyawan pada industry jasa pelayanan harus senantiasa memperhatikan dan mencermati keinginan pelanggan. Apabila pelanggan sudah menunjukkan minat untuk membeli suatu barang /jasa yang kita tawarkan, segera layani pelanggan tersebut dan tawarkan bantuan, sehingga pelanggan merasa puas dan terpenuhi keinginannya.

Hal lain yang perlu diperhatikan menyangkut bentuk-bentuk pelayanan berdasarkan konsep perhatian adalah sebagai berikut :

1. Mengucapkan salam
2. Menanyakan apa saja keinginan pelanggan
3. Mendengarkan dan memahami keinginan pelanggan
4. Melayani pelanggan dengan cepat, tepat dan ramah
5. Menempatkan kepentingan pelanggan pada nomor urut 1

Berikut ini adalah penjelasan pelayanan prima berdasarkan konsep perhatian mencakup tiga prinsip pokok yaitu :

- a. Mendengarkan dan memahami keputusan pelanggan.

Ada beberapa cara efektif dalam mendengarkan dan memahami kebutuhan pelanggan sebagai berikut :

- Berusaha dengan penuh perhatian untuk mendengarkan permintaan kebutuhan pelanggan.
- Bersikap baik, ramah, santun saat bertemu atau dihampiri pelanggan
- Catatlah semua kebutuhan pelanggan agar tidak lupa
- Jadilah pendengar yang baik saat pelanggan berbicara, hindari perdebatan dengan pelanggan.

- Jelaskan dengan jujur tentang kondisi, kualitas, masa kadaluarsa dan harga barang yang akan dibeli oleh pelanggan, karena pelanggan tidak suka dibohongi.
- b. Mengamati perilaku pelanggan
- Memang menari karena berbagai macam perilaku pelanggan harus kita cermati baik-baik. Ada beberapa contoh perilaku pelanggan yang sering kita lihat yaitu sebagai berikut :
1. Pelanggan pemalu yang sulit diajak bicara atau didekati ciri ciri adalah sebagai berikut :
 - Jarang berbicara tidak menyatakan pendapat
 - Sedikit gugup dalam berbicara
 - Sering berdiam diri dengan wajah tanpa ekspresiCara menghadapi pelanggan seperti ini adalah :
 - Hadapi dengan ramah, penuh perhatian dan rasa hormat
 - Ajukan pertanyaan-pertanyaan yang dapat menarik perhatiannya
 - Ciptakan suasana pembicaraan yang mengandung canda / humor tetapi sopan.
 - Usahakan tetap sabar
 2. Pelanggan ragu-ragu atau hati-hati-hati
 - Selalu ragu dalam memutuskan sesuatu, karena diliputi kebimbangan
 - Dalam memutuskan sesuatu selalu meminta pendapat orang lain
 - Kurang percaya diri.Cara menghadapinya :
 - Petugas pelayanan harus bersikap tenang, penuh percaya diri dan menguasai bidangnya
 - Jangan memberikan banyak pilihan

- Pakuti saja selera pelanggan, jangan memaksakan pendapat kita
 - Apabila pelanggan tidak cukup uang untuk membeli produk yang diinginkannya , tawarkan barang lain atau merk lain dengan hati-hati tanpa menyinggung perasaan.
3. Pelanggan yang banyak bicara
- Suka mendominasi dan mencari perhatian
 - Suka mencerocos bicara tentang segala hal
 - Kurang peduli terhadap orang lain, karena lebih mementingkan diri sendiri

Cara menghadapinya

- Segera tawarkan bantuan yang diperlukan olehnya
 - Pujilah kehebatan bercerita
 - Sekali lagi tawarkan bantuan dan segera alihkan perhatiannya ke produk yang ditawarkan
 - Bila ahirnya pelanggan membeli produk kita , katakan akan segera dihubungi apabila ada produk baru
 - Mintalah alamat dan nomor teteponnya.
4. Pelanggan yang banyak permintaan
- Selalu tidak puas, suka membanding-bandingkan dan suka iri hati terhadap apa yang diperoleh orang lain
 - Bila membeli barang selalu menanyakan hadiah ekstra
 - Suka banyak bertanya, padahal tujuannya hanya iseng mengerjai petugas.

Cara menghadapinya :

- Dengarkan dan simaklah permintaannya
- Penuhilah permintaannya yang masuk akal

- Ucapkan permohonan maaf dan sarankan pilihan lain, bila tidak puas
 - Jika tidak mampu melayani mintalah bantuan teman kita
 - Usahakan tersenyum walau hati merasa marah dengan sikapnya
5. Pelanggan yang Curiga
- Selalu mencari kesalahan orang lain /petugas
 - Wajahnya selalu Nampak seperti menyelidik, tidak senang, was was, khawatir akan ditipu atau diperas
 - Kurang percaya terhadap orang lain

Cara mengatasinya:

- Petugas jangan bersikap bimbang ,harus tegas dan meyakinkan
 - Jangan sok menggurui
 - Bila diperlukan, segera peragakan produk yang diminta pelanggan untuk menambah keyakinannya.
 - Bila pelanggan meragukan keunggulan produk yang dibelinya, segera berikan jaminan bahwa produk dapat ditukar atau dikembalikan apabila peoduk yang dibeli tersebut tidak sesuai dengan harapannya.
6. Pelanggan yang sombong :
- Selalu ingin menonjol dengan tingkah laku yang berlebihan
 - Dalam berbicara dan berpenampilan selalu ingin menjadi pusat perhatian
 - Mereka juga biasanya suka membual/bohong
 - Bi;a tersinggung, terkadang suka menghina orang /petugas

Cara menghadapinya :

- Jangan terpengaruh oleh kata-kata dan penampilannya
- Berikan perhatian penuh atas kedatangannya, bila perlu dengan sedikit pujian
- Tetap tenang dan sabar menghadapi segala sikapnya dan jangan terlalu serius menghadapinya
- Ciptakan kesan bahwa pelanggan tersebut adalah tamu istimewa

7. Pelanggan yang lugu :

- Biasanya tampak bingung dan ragu
- Tidak percaya diri
- Mudah dipengaruhi

Cara mengatasinya :

- Terimalah pelanggan dengan apa adanya
- Tanyakan apa yang dibutuhkannya dan tegaskan bahwa kita siap membantu
- Layani terus berdasarkan permintaannya
- Jangan coba-coba membohonginya

8. Pelanggan yang tidak sabar :

- Sering bertanya pada petugas
- Selalu ingin tahu apa yang terjadi didalam perusahaan
- Tanpa sadar suka meremas-remas benda yang dipegangnya
- Suka menghentakkan kaki pada lantai

Cara mengatasinya :

- Mintalah maaf atas keterlambatan pelayanan
- Beritahukan segera bahwa dia akan dibantu semaksimal mungkin

- Layanilah dengan cepat dan efisien sehingga pelanggan masih mau menunggu
- Segera ucapkan terimakasih setelah permintaan terpenuhi

9. Pelanggan yang senang berdebat

- Suka membantah apa yang kita sampaikan
- Selalu menganggap dirinya paling pandai dan paling hebat
- Malas mendengarkan argumentasi orang lain
- Suka membuat suasana gaduh, sehingga mengganggu pelanggan lain

Cara mengatasinya

- Bersikap tenang, tidak gugup tidak terpancing amarah
- Jangan terpancing untuk berdebat, karena kalau kita terpancing akan terjadi diskusi berkepanjangan
- Batasi percakapan pada masalah yang dihadapi saja
- Kemukakan argument argument yang masuk akal
- Bila keadaan sudah dapat dikuasai, pelangganpun akan melunak dan bisa saja akan menjadi pelanggan yang setia

10. Pelanggan yang siap mental :

- Dalam berbelanja ia penuh keyakinan karena sudah mempersiapkan diri mengenai produk apa saja yang dibutuhkan.
- Tegas, ringkas dan tidak membuang waktu dalam menentukan pilihan

Cara mengatasinya

- Persilahkan pelanggan memilih sesukanya
- Tidak perlu banyak Tanya jawab

- Segera proses transaksi pembayarannya
- c. Mencerahkan perhatian penuh pada pelanggan
Pimpinan dan jajaran staf dan karyawan dilapangan harus mempunyai kemampuan berinteraksi yang baik dan luwes antara lain sebagai berikut
1. Memusatkan perhatian pada pelanggan
 - Mendengarkan dengan penuh perhatian semua yang diutarakan para pelanggan
 - Menanggapi pembicaraan pelanggan bila pelanggan mengharap tanggapan kita
 - Bila sedang menghadapi pelanggan tempatkanlah kepentingan pada nomor satu
 2. Memberikan pelayanan yang efisien
 - Pergunakan waktu seefisien mungkin
 - Layanilah pelanggan sampai tuntas
 - Bicaralah seterusnya dengan pelanggan.
 3. Meningkatkan harga diri pelanggan
 - Kenalilah kehadiran pelanggan dengan segera
 - Pujilah pelanggan dengan tulus dan hormat
 - Perlakukanlah setiap pelanggan sebagai orang penting
 4. Membina hubungan baik dengan pelanggan
 - Tunjukkan simpati dan bicaralah dengan penuh perhatian untuk menunjukkan bahwa kita memahami perasaan pelanggan
 - Persilahkan pelanggan menanggapi dan berusaha menyelesaikan masalah
 - Layani dengan sopan dan penuh keakraban tetapi tidak terkesan sok akrab
 5. Mengalihkan pelayanan kepada petugas lain

- Bila permintaan pelanggan tidak dapat kita layani, segera minta bantuan rekan lain yang mampu mengatasi
 - Segera sampaikan permintaan maaf sambil memperkenalkan rekan kita yang akan membantu penjelasan lebih lanjut.
6. Dapat menentukan keinginan pelanggan
 - Menanyakan kepada pelanggan apa saja keinginannya
 - Tanyakan lagi kepada pelanggan, apa diinginkannya
 - Tentukan intisari yang diinginkan pelanggan
 7. Memberikan penjelasan
 - Jelaskan kepada pelanggan tentang suatu hal yang tidak diperkenankan untuk dilakukan, karena merupakan kebijakan perusahaan.
 - Bila jasa pelayanan tersebut tidak dapat diberikan kepada pelanggan. Jelaskan secara logis dan rasional sehingga pelanggan menerima penjelasan kita.
 8. Memberikan penjelasan tentang jasa pelayanan yang dapat diberikan kepada pelanggan, Jelaskan kepada pelanggan tentang keuntungan yang akan diperoleh jika mereka menggunakan fasilitas dan pelayanan tertentu yang diberikan oleh perusahaan

Kepedulian

Loyal external user → pendukung kesuksesan *Provider*
 Cara???

Memperhatikan perkembangan kebutuhan & keinginan *user*
 → antisipasi

Menyediakan kebutuhan sesuai atau melebihi yang diharapkan *user*

Memperlakukan *user* dengan pola layanan terbaik

Kualitas hidup meningkat → kebutuhan/keinginan *user* meningkat → kepuasan *user* = keharusan!

User puas → promosi sinergis gratis → “*gethok tular*”

Daya tarik *user* → bukan hanya kualitas produk (barang & jasa), tetapi LAYANAN → kepedulian

Kualitas pelayanan

1. Intenal: manajemen
2. Fasilitas
3. SDM
4. Iklim kerja
5. Insentif

Eksternal: penyediaan produk

Evaluasi pelayanan

Kinerja >< Harapan

Harapan User

Harapan internal user

- Kebersamaan/kerjasama
- Struktur, sistem, & prosedur kerja efisien
- Kualitas kerja
- Hubungan kerja
- Imbalan

Harapan eksternal user

- Kemudahan memperoleh produk barang/jasa
- Kualitas barang/jasa
- Harga kompetitif
- Pelayanan tepat, cepat, & ramah

- Layanan purna jual

Kemauan untuk melayani

- Melihat
- Mengatakan
- Menyimpan
- Memecahkan masalah
- Melayani

Keberhasilan pelayanan

- *Power* (kekuatan)
- *Ability* (kemampuan)
- *Morality* (moral)
- *Integrity* (integritas)
- *Total Accountability* (Tanggung jawab penuh)

Pelayanan yang memuaskan / pelayanan prima akan membuat pelanggan bertahan dan tidak akan pergi ke pesaing produk sejenis. Perusahaan wajib melayani pelanggan dengan baik agar merasa puas, setia, jadi bagian dari kesuksesan perusahaan. Ada 6 (enam) cara yang dapat dilakukan untuk memberikan pelayanan prima bagi pelanggan :

a. Pelatihan Pelayanan Prima

Buat pelatihan pelayanan prima terutama bagi customer service supaya dapat memberikan layanan yang cepat, tepat dan efisien. Customer service perlu memiliki product knowledge, harga, hingga aspek teknis dari produk sehingga mampu memberikan pelayanan prima. Kemampuan komunikasi handal juga krusial dalam memahami apa yang pelanggan inginkan dan dalam berbicara dengan para pelanggan.

- b. Pusatkan perhatian pada pelanggan
Perhatikan nada bicara

3.2. Jenis-jenis Pelayanan Prima

Pelayanan dibagi menjadi 3 jenis, yaitu:

1. *Core Service*

Core Service adalah pelayanan yang ditawarkan kepada pelanggan yang merupakan produk utamanya, misalnya untuk hotel adalah penyediaan kamar.

2. *Facilitating Service*

Facilitating Service adalah fasilitas pelayanan plus kepada pelanggan, misalnya pelayanan front office pada hotel.

3. *Supporting Service*

Supporting service merupakan pelayanan tambahan atau pendukung untuk meningkatkan nilai pelayanan atau untuk membedakan dengan pelayanan-pelayanan dari pihak pesaingnya, misalnya hotel dan restoran pada satu tempat.

3.2.1 Pentingnya Pelayanan Prima

Suatu perusahaan yang ingin maju mengharapkan pelanggan untuk membeli barang atau jasanya dan tetap menjaga agar pelanggan tetap membeli barangnya. Walaupun banyak perusahaan-perusahaan menawarkan produk yang bersaing, tetapi tujuannya adalah menarik pelanggan yang sama.

Sebagian besar orang-orang memberikan pelayanan yang terbaik, sebaliknya suatu saat kita mendapat pelayanan yang buruk. Pengalaman ini tidak menyenangkan dan menjadikan kita tidak suka untuk mengingatnya.

Jadi, pelayanan prima penting bagi perusahaan, pelanggan, dan staff perusahaan. Penting bagi perusahaan karena dapat mempertahankan loyalitas pelanggan dan

membantu untuk mencerahkan masa depan bisnisnya. Penting bagi pelanggan karena memberikan kombinasi untuk mengambil keputusan dalam pembelian dan memilih produk, serta menjamin untuk memenuhi kebutuhan. Penting bagi staff perusahaan karena akan memberikan kebanggaan pada mereka, perusahaan, dan produknya.

3.2.2 Tujuan Pelayanan Prima

Tujuan pelayanan prima adalah memuaskan atau sesuai dengan keinginan pelanggan. Untuk mencapai hal itu, diperlukan kualitas pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan/keinginan pelanggan.

3.2.3 Contoh Pelayanan Prima

1. Pelayanan STNK dan BPKB di kantor kepolisian: suasana tertib, menggunakan nomor urut, petugas informasi, petunjuk atau cara terpampang, waktu penyelesaian terpampang, serta penyerahan dan pemeriksaan dokumen langsung ke loket. Pelayanan tersebar di beberapa tempat.
2. Pelayanan di Bank: satpam menyapa, mengantarkan ke tempat yang dituju, diberi nomor antrian, teller menyapa nama pelanggan, dan memberikan senyuman.
3. Pelanggan di swalayan: karyawan menyapa pelanggan yang datang untuk berbelanja dengan ciri khasnya, karyawan memperhatikan kebutuhan pelanggannya, pemberian diskon untuk menari pelanggan.

BAB IV
UNSUR, PERILAKU, DAN HAKEKAT
DALAM PELAYANAN PRIMA

4.1. Unsur-Unsur Pelayanan Prima

Apapun pelayanan kepada masyarakat tentunya telah ada suatu ketetapan tata laksananya, prosedur dan kewenangan sehingga penerima pelayanan puas apa yang telah diterimanya. Sehubungan dengan itu pelayanan kepada masyarakat harus mempunyai makna mutu pelayanan yang :

1. Memenuhi standar waktu, tempat, biaya, kualitas dan prosedur yang ditetapkan untuk penyelesaian setiap tugas dalam pemberian pelayanan.
2. Memuaskan pelanggan artinya bahwa setiap keinginan orang yang menerima pelayanan merasa puas, berkualitas dan tepat waktu dan biaya terjangkau.

Unsur-unsur kualitas pelayanan:

1. **PENAMPILAN.** Personal dan fisik sebagaimana layanan kantor depan (resepsionis) memerlukan persyaratan seperti : wajah harus menawan, badan harus tegap / tidak cacat, tutur bahasa menarik, familiar dalam perilaku, penampilan penuh percaya diri, busana harus menarik
2. **TEPAT WAKTU & JANJI.** Secara utuh dan prima petugas pelayanan dalam menyampaikan perlu diperhitungkan janji yang disampaikan kepada pelanggan bukan sebaliknya selalu ingkar janji. Demikian juga waktu jika mengutarakan 2 hari selesai harus betul-betul dapat memenuhinya.
3. **KESEDIAAN MELAYANI.** Sebagaimana fungsi dan wewenang harus melayani kepada para pelanggan,

konsekuensi logis petugas harus benar-benar bersedia melayani kepada para pelanggan.

4. PENGETAHUAN DAN KEAHLIAN. Sebagai syarat untuk melayani dengan baik, petugas harus mempunyai pengetahuan dan keahlian. Disini petugas pelayanan harus memiliki tingkat pendidikan tertentu dan pelatihan tertentu yang disyaratkan dalam jabatan serta memiliki pengalaman yang luas dibidangnya.
5. KESOPANAN & RAMAH TAMAH. Masyarakat pengguna jasa pelayanan itu sendiri dan lapisan masyarakat baik tingkat status ekonomi dan social rendah maupun tinggi terdapat perbedaan karakternya maka petugas pelayanan masyarakat dituntut adanya keramah tamahan yang standar dalam melayani, sabar, tidak egois dan santun dalam bertutur kepada pelanggan.
6. KEJUJURAN DAN KEPERCAYAAN. Pelayanan ini oleh pengguna jasa dapat dipergunakan berbagai aspek, maka dalam penyelenggaraannya harus transparan dari aspek kejujuran, jujur dalam bentuk aturan, jujur dalam pembiayaan dan jujur dalam penyelesaian waktunya. Dari aspek kejujuran ini petugas pelayanan tersebut dapat dikategorikan sebagai pelayanan yang dipercaya dari segi sikapnya, dapat dipercaya dari tutur katanya, dapat dipercaya dalam menyelesaikan akhir pelayanan sehingga otomatis pelanggan merasa puas. Unsur pelayanan prima dapat ditambah unsur yang lain.
7. KEPASTIAN HUKUM. Secara sadar bahwa hasil pelayanan terhadap masyarakat yang berupa surat keputusan, harus mempunyai legitimasi atau mempunyai kepastian hukum. Bila setiap hasil yang tidak mempunyai kepastian hukum jelas akan mempengaruhi sikap

masyarakat, misalnya pengurusan KTP, KK dll bila ditemukan cacat hukum akan mempengaruhi kredibilitas instansi yang mengeluarkan surat legitimasi tersebut.

8. KETERBUKAAN. Secara pasti bahwa setiap urusan/kegiatan yang memperlakukan ijin, maka ketentuan keterbukaan perlu ditegakan. Keterbukaan itu akan mempengaruhi unsur-unsur kesederhanaan, kejelasan informasi kepada masyarakat.
9. EFISIEN. Dari setiap pelayanan dalam berbagai urusan, tuntutan masyarakat adalah efisiensi dan efektifitas dari berbagai aspek sumber daya sehingga menghasilkan biaya yang murah, waktu yang singkat dan tepat serta hasil kualitas yang tinggi. Dengan demikian efisiensi dan efektifitas merupakan tuntutan yang harus diwujudkan dan perlu diperhatikan secara serius.
10. BIAYA. Pemantapan pengurusan dalam pelayanan diperlukan kewajaran dalam penentuan pembiayaan, pembiayaan harus disesuaikan dengan daya beli masyarakat dan pengeluaran biaya harus transparan dan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
11. TIDAK RASIAL. Pengurusan pelayanan dilarang membeda-bedakan kesukuan, agama, aliran dan politik dengan demikian segala urusan harus memenuhi jangkauan yang luas dan merata.
12. KESEDERHANAAN. Prosedur dan tata cara pelayanan kepada masyarakat untuk diperhatikan kemudahan, tidak berbelit-belit dalam pelaksanaan.

4.2. Perilaku yang Mencerminkan Pelayanan Prima

1. Mengetahui Visi

Dalam menetapkan visi harus melakukan sebagai berikut :

- a. Gambaran masa depan yang akan dicapai oleh organisasi
- b. Karakteristik organisasi
- c. Bagaimana mencapai keberhasilan
- d. Bagaimana mengemukakan keutamaan visi yang akan dicapai
- e. Bagaimana mencapai masa depan
- f. Bagaimana membentuk interest bersama dlm masyarakat
- g. SDM yang unggul dan bermental diberi makna kebanggaan setiap melaksanakan tugas dengan hasil yang baik
- h. Secara bersama menumbuhkembangkan keunggulan kompetitif

2. Misi

Dalam menjabarkan visi harus menyusun/menetapkan misi suatu organisasi yaitu tentang pokok-pokok kegiatan mengoperasionalkan fungsi arah yang terukur.

3. Mencapai Sasaran

Untuk mencapai sasaran hal-hal yang perlu diperhatikan adalah :

- | | |
|-------------------------|--------------------------------|
| * Sasaran Jelas & Pasti | * Tertulis |
| * Efisien | * Harus Jelas & mudah dipahami |
| * Ekonomis | * Kualitas Merata |
| * Adil | * Biaya Minimum |
| * Tepat Waktu | * Seimbang |

4.3. Hakekat Pelayanan Umum

Mengingat ruang lingkup pelayanan umum yang diberikan oleh instansi/ lembaga sangat luas dan kompleks baik menurut jenis maupun sifat maka upaya menetapkan dasar-dasar pelayanan umum tersebut merupakan hal yang mendasar & sangat perlu untuk mengatasi kompleksitas tersebut. Sehingga pelayanan umum dapat digambarkan sbb :

1. Meningkatkan kualitas dan produktivitas pelaksanaan tugas dan fungsi instansi/lembaga di bidang pelayanan umum.
2. Mendorong agar dapat mengefektifkan sistem dan tata laksana pelayanan, sehingga pelayanan umum dapat diselenggarakan secara lebih berdaya guna dan berhasil guna.
3. Mendorong terciptanya kreatifitas, prakarsa dan peran serta masyarakat utk mencapai pembangunan serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat luas.

Definisi service strategy (strategi pelayanan) Strategi Pelayanan adalah Suatu strategi untuk memberikan layanan dengan mutu yang sebaik mungkin kepada para pelanggan (Albrecht&Zemke, 1990) Strategi pelayanan yang efektif harus didasari oleh konsep atau misi yang mudah dimengerti oleh seluruh individu dalam perusahaan dan diikuti oleh berbagai tindakan nyata yang bermanfaat bagi para pelanggan,serta mampu membedakan perusahaan yang menerapkan strategi tersebut dengan para pesaingnya sehingga perusahaan mampu mempertahankan pelanggan yang ada dan mampu menarik pelanggan baru.Strategi pelayanan yang efektif memerlukan beberapa unsur pendukung,sebagai berikut.

1. Struktur organisasi yang dapat menjadi media untuk mengembangkan budaya perusahaan yang menitikberatkan pada penyempurnaan kualitas pelayanan.

2. Teknologi yang dapat diimplementasikan untuk memperbaiki sumber daya, metode kerja, dan sistem informasi untuk mendukung upaya perbaikan kualitas pelayanan.
3. Sumber daya manusia yang memiliki sikap, perilaku, pengetahuan, dan kemampuan yang mendukung efektivitas strategi pelayanan. Pengertian service system (sistem pelayanan).

Definisi Sistem Pelayanan adalah Prosedur atau tata cara untuk memberikan pelayanan kepada pelanggan yang melibatkan seluruh fasilitas fisik yang dimiliki dan SDM yang ada. Sistem pelayanan ini harus konsisten dengan paket pelayanan, dirancang secara sederhana agar tidak membingungkan pelanggan. Salah satu indikator sistem pelayanan yang efektif adalah kemudahan untuk memberikan pelayanan dengan sistem yang nyaris tidak tampak (Albrecht&Zemke, 1990)

BAB V

BURN OUT

5.1 Pengertian *Burnout*

Burnout merupakan kelelahan Fisik, mental, dan emosional yang terjadi karena stres yang diderita dalam jangka waktu yang lama, didalam situasi yang menuntut keterlibatan emosional yang tinggi. Bernardin (dikutip Rosyid, 1996) menggambarkan burnout sebagai suatu keadaan yang mencerminkan reaksi emosional pada individu yang bekerja pada bidang kemanusiaan (human service), atau bekerja erat dengan masyarakat. Penderitanya Banyak dijumpai pada perawat di rumah sakit, pekerja sosial, guru dan para anggota polisi.

Menurut Kreitner Dan Kinicki (1992) burnout adalah akibat dari stres yang berkepanjangan dan terjadi ketika seseorang mulai mempertanyakan nilai-nilai pribadinya.

Pines dan Aronson (dikutip Farhati Dan Rosyid, 1996) menyatakan bahwa burnour adalah suatu bentuk ketegangan atau tekanan psikis yang berhubungan dengan stres yang kronik, yang dialami seseorang dari hari ke hari ditandai dengan kelelahan fisik, dan emosional.

Cherniss (1987) mengatakan bahwa burnout merupakan perubahan sikap dan perilaku dalam bentuk reaksi menarik diri secara psikologis dari pekerjaan, seperti menjaga jarak dari orang lain maupun bersikap sinis dengan mereka, membolos, sering terlambat dan keinginan pindah kerja sangat kuat.

Menurut Poerwandari (2010) burnout adalah kondisi seseorang yang terkuras habis dan kehilangan energi psikis maupun fisik. Biasanya *burnout* dialami bentuk kelelahan fisik, mental, dan emosional yang terus menerus. Karena bersifat

psikobiologis (beban psikologis berpindah ke tampilan fisik, misalnya mudah pusing, tidak dapat berkonsentrasi, gampang sakit) dan biasanya bersifat kumulatif, maka kadang Persoalan demikian mudah diselesaikan.

Burnout merupakan suatu kondisi psikologis yang dialami individu akibat dari timbulnya stress dalam jangka waktu yang lama dan dengan intensitas yang cukup tinggi, yang ditandai dengan kelelahan fisik, mental, dan emosional, serta rendahnya penghargaan terhadap diri sendiri yang mengakibatkan individu merasa terpisah dari lingkungannya. Oleh karena itu perlu reaksi untuk menghadapinya, karena jika aka akan muncul gangguan fisik maupun psikologis. Semakin tinggi nilai yang akan diperoleh maka mengindikasikan bahwa tingkat burnout semakin tinggi, demikian pula semakin rendahnya skor maka tingkat *burnout* semakin rendah.

5.2. Faktor yang Menyebabkan *Burnout*

Terdapat beberapa faktor yang dapat menyebabkan terjadinya *burnout* dikalangan karyawan, diantaranya:

5.2.1 Faktor individu

Seorang manusia yang tidak hanya memiliki peranan khas di dalam lingkungan sosialnya, melainkan juga mempunyai kepribadian serta pola tingkah laku yang spesifik dari dirinya. Faktor individu berhubungan dengan beberapa komponen diantaranya.

1. Jenis Kelamin

Maslach dan Jackson (Chermiss, 1987:137) menemui bahwa pria yang burnout cenderung mengalami depersonalisasi sedangkan wanita yang burnout cenderung mengalami kelelahan emosional.

2. Usia

Maslach dan Jackson (Chemiss 1987) maupun Schaufeli dan Buunk (Cooper, dkk, 2001) menemukan pekerja yang berusia muda lebih tinggi mengalami burnout daripada pekerja yang berusia tua. Namun tidak ada batasan umur dalam kriteria pekerja yang berusia muda maupun pekerja yang berusia tua.

3. Tingkat Pendidikan

Menurut Maslach dan Jackson (dalam Nurjayadi, 2004) menyebutkan bahwa tingkat pendidikan juga turut berperan dalam sindrom *burnout*. Hal ini didasari oleh kenyataan bahwa stres yang terkait dengan masalah pekerjaan seringkali dialami oleh pekerja dengan pendidikan yang rendah.

4. Status Perkawinan

Annual Review of Psychology (dalam Nurjayadi, 2004) melaporkan bahwa individu yang belum menikah (khususnya laki-laki) dilaporkan lebih rentan terhadap sindrom *burnout* dibandingkan individu yang sudah menikah. Namun perlu penjelasan lebih lanjut untuk status perkawinan. Mereka yang sudah menikah bisa saja memiliki resiko untuk mengalami *burnout* jika perkawinannya kurang harmonis atau mempunyai pasangan yang tidak dapat memberikan dorongan sosial (Nurjayadi, 2004).

5.2.2 Faktor Kepribadian

Kepribadian atau *personality* pada dasarnya merupakan sebuah karakteristik psikologi dan perilaku yang dimiliki individu yang bersifat permanent yang dapat membedakan antara individu yang satu dengan yang lainnya.

Adapun faktor kepribadian di bagi menjadi beberapa bagian diantaranya:

1. Konsep diri rendah

Maslach (Sutjipto, 2001) menunjukkan bahwa individu yang memiliki konsep diri rendah rentan terhadap *burnout*. Individu dengan konsep diri rendah mempunyai karakteristik tidak percaya diri dan memiliki penghargaan diri yang rendah

2. Perilaku tipe A

Friedman dan Rosenman (dalam Cherniss, 1987:129) menyebutkan bahwa individu yang memiliki perilaku tipe A cenderung menunjukkan kerja keras, kompetitif dan gaya hidup yang penuh dengan tekanan waktu. Individu dengan perilaku tipe A lebih memungkinkan untuk mengalami *burnout* daripada individu yang lainnya.

3. Individu yang introvert

Individu yang introvert akan mengalami ketegangan emosional yang lebih besar saat menghadapi konflik, mereka cenderung menarik diri dari kerja dan hal ini akan menghambat efektivitas penyelesaian konflik (Kahn dalam Cherniss, 1987).

4. *Lucus of control* eksternal

Rotter (dalam Cherniss, 1987) menjelaskan bahwa individu dengan *lucus of control* eksternal meyakini bahwa keberhasilan dan kegagalan yang dialami disetabkan oleh kekuatan dari luar diri. Mereka meyakini bahwa dirinya tidak berdaya terhadap situasi menekan sehingga mudah menyerah dan bila berlanjut mereka bersikap apatis terhadap pekerjaan.

5. Individu yang fleksibel

Kahn dalam Cherniss (1987:131) menemukan bahwa individu yang fleksibel rentan terhadap konflik peran karena mereka kesulitan untuk mengatakan tidak terhadap peran yang datang dengan tuntutan ekstra yang dapat mempengaruhi munculnya *burnout*.

2.5.3 Faktor Pekerjaan

Kahn dan pekerjanya (dalam Cherniss, 1987) menemukan bahwa konflik peran merupakan dua faktor dalam lingkup pekerjaan yang memberi kontribusi terhadap stress, ketegangan dan sikap emosional yang dihubungkan dengan *burnou*. Cherniss (1987) menjekaskan bahwa peran yang berlebihan ikut memberi kontribusi dengan bertambahnya stres dan *burnout*, karena itu akan berpengaruh kuat pada koping. Kahn (dalam Cherniss, 1987) mengemukakan bahwa adanya konflik peran merupakan faktor yang potensial terhadap timbulnya burnout. Konflik peran ini muncul karena adanya tuntutan yang tidak sejalan atau bertentangan

2.5.4 Faktor organisasi

Faktor-faktor seperti gaya kepemimpinan, iklim organisasi, kekuatan struktur (Cherniss, 1987) dapat mempengaruhi tingkat *burnout* pada karyawan Eastburg. dkk (dalam Cooper, 2001) menjelaskan bahwa kedua dukungan dari supervisor dan teman sebaya memberi kontribusi bertambahnya kelelahan emosi. Menurut Lee dan Ashforth(1996), ada beberapa faktor yang menyebabkan *burnout*, Yaitu

1. Tekanan pekerjaan seperti:
 - a. Ambiguitas, yaitu keadaan dimana karyawan tidak tahu apa yang harus dilakukan, menjadi bingung dan

menjadi tidak yakin karena kurangnya pemahaman atas hak-hak dan kewajiban yang dimiliki karyawan yang melakukan Pekerjaan.

- b. Konflik peran, yaitu suatu perangkat harapan atau lebih berlawanan dengan lainnya sehingga dapat menjadi penekanan yang penting bagi sebagian orang
 - c. Stres kerja, apabila tekanan yang dialami karyawan bersifat menetap dalam jangka waktu yang lama, maka akan menyebabkan *burnout* karena Kondisi tubuhnya tidak mampu membangun kembali kemampuannya untuk menghadapi pemicu stres.
 - d. Beban kerja, apabila seorang karyawan menanggung banyak pekerjaan dalam waktu relatif singkat, maka dapat membuat karyawan tertekan menyebabkan *burnout*
2. Dukungan, seperti:
- a. Dukungan sosial, Yaitu tersedianya sumber yang dapat dipanggil ketika dibutuhkan untuk memberi dukungan, sehingga orang tersebut cenderung lebih percaya diri dan sehat karena yakin ada orang lain yang membantunya saat kesulitan.
 - b. Dukungan keluarga, keluarga mempunyai besar untuk meringankan beban yang dialami meskipun hanya dalam bentuk dukungan emosional yaitu perilaku memberi perhatian dan mendengarkan dengan simpatik.
 - c. Dukungan teman sekerja, Teman sekerja yang suportif memungkinkan karyawan menanggulangi tekanan pekerjaan.
 - d. Kekompakan suatu kelompok, beberapa ahli mengatakan bahwa hubungan yang Baik antara

beberapa anggota kelompok kerja merupakan faktor penting dalam kesejahteraan dan kesehatan organisasi.

5.3. Karakteristik, Ciri, Akibat, dan Gejala *Burnout*

5.3.1 Karakteristik *Burnout*

Jerald Greenberg dan *Robert A. Baron* (1997) menyebutkan beberapa karakteristik *burnout*:

- 1 *Physical exhaustion*, karyawan merasa energinya menurun dan sangat lelah, dan mengalami gangguan fisik seperti sakit kepala, kurang tidur, dan perubahan kebiasaan makan.
- 2 *Emotional exhaustion*, karyawan merasa depresi, tidak tertolong, dan merasa terjebak dalam pekerjaan.
- 3 *Mental exhaustion*, karyawan menjadi sinis dengan orang lain, berperilaku negatif, dan cenderung tidak respek terhadap diri sendiri, pekerjaan, organisasi, dan bahkan hidupnya secara keseluruhan.
- 4 *Low personal accomplishment*, karyawan merasa tidak mendapat pencapaian yang besar dimasa lalu, dan menganggap bahwa ia tidak akan sukses di masa depan.

5.3.2 Ciri-Ciri *Burnout*

Menurut *Pines & Aronson* (1989) ciri-ciri umum *burnout* yaitu:

1. Sakit fisik dicirikan seperti sakit kepala, demam, sakit punggung, tegang pada otot leher dan bahu, sering flu, susah tidur, rasa letih yang kronis
2. Kelelahan emosi dicirikan seperti rasa bosan, mudah tersinggung, sinisme, suka marah, gelisah, putus asa, sedih, tertekan, tidak berdaya.
3. Kelelahan mental dicirikan seperti acuh tak acuh pada lingkungan, sikap negatif terhadap orang lain, konsep diri

yang rendah, putus asa dengan jalan hidup, merasa tidak berharga.

5.3.3 Akibat yang Ditimbulkan *Burnout*

Beberapa akibat *burnout* bagi individu dan organisasi antara lain:

a) *Individu*

Menurut Jackson (dalam Jewell dan Siegall, 1998) akibat *burnout* bagi individu adalah memburuknya kualitas rubungan rumah tangga, masalah kesehatan dan hubungan yang buruk dengan rekan sekerja.. Kemudian Rostiana (dikutip Gunarsa, 2004) menjelaskan beberapa akibat *burnout* bagi individu yang disebut dengan manifestasi *burnout* diantaranya adalah meningkatnya penggunaan kopi dan alkohol, munculnya problem dalam hubungan seksual, masalah kesehatan secara fisik seperti sakitkepala, mual, nyeri otot, kehilangan selera makan, nafas yang pendek, dan gangguan tidur.

b) *Organisasi*

Akibat *burnout* bagi organisasi menurut Jackson (dalam Jewell dan Siegall, 1998) adalah pemberian pelayanan yang berkualitas mudah bagi pelanggan (klien, pasien), merendahnya keterlibatan kerja pada bagian yang terkena dan meningkatnya orang yang pindah kerja. Orang-orang yang menderita *burnout* boleh jadi mencari peran administratif di mana mereka dapat berlindung pada pekerjaan diantara tumpukan surat-surat dan dokumen (Rosyid, 1996). Selain itu menurut Maslach dan Jackson (1981) *burnout* dapat menimbulkan kemerostan kualitas ketelitian terhadap tugas yang diberikan oleh staff.

5.3.4 Gejala yang terlihat pada penderita *burnout*

Terdapat suatu kenyataan yang mengejutkan, bahwa penderita *burnout* adalah orang yang bersemangat, energik, ambisius, dan memiliki prinsip yang kuat untuk tidak menjadi gagal dan merupakan figur pekerja keras (Freudenberger & Richelson, dalam Feri Farhati & Haryanto FR, 1996) dimana ada 11 gejala yang terlihat pada penderita *burnout* yaitu:

1. Kelelahan yang merupakan proses kehilangan energi disertai keletihan
2. Lari dari kenyataan, merupakan alat untuk menyangkal penderitaan yang dialami.
3. Kebosanan dan sinisme. Penderita merasa tertarik lagi akan activities yang dikerjakannya, bahkan timbul rasa bosan dan pesimis akan bidang pekerjaan tersebut.
4. Emosional, hal ini dikarenakan karena selama ini individu mampu mengerjakan pekerjaannya dengan cepat dengan menurunnya kemampuan mengerjakan pekerjaan secara cepat, akan menimbulkan gelombang emosional pada diri individu
5. Merasa yakin akan kemampuan dirinya, selalu menganggap dirinya sebagai yang terbaik
6. Merasa tidak dihargai.
7. Disorientasi
8. Masalah psikosomatis.
9. Curiga tanpa alasan yang jelas.
10. Depresi
11. Penyangkalan kenyataan akan keadaan dirinya sendiri.

5.3.5 Perbedaan *Burnout* dengan Stres

Pengertian stress berbeda dengan *burnout*. *Burnout* adalah jenis depresi dalam pekerjaan dan disebabkan oleh Perasaan ketidakberdayaan, hal itu tidak disebabkan stres meskipun orang yang mengalami *burnout* juga merasakan stres. *Burnout* merupakan bagian dari masalah motivasi. Seseorang yang mengalami *burnout* akan kehilangan motivasi, putus asa, dan depresi. Lain halnya dengan stres, seseorang dengan stres tingkat tinggi cenderung bertindak emosional secara berlebihan (Potter, 2007) Smith, Gill, Segel & Segal (2008) menjelaskan perbedaan antara stres dan *burnout* yaitu:

Tabel 1: Perbedaan Antara Stres dengan *Burnout*

Stress	<i>Burnout</i>
A. Emosi sangat berlebihan	A. Emosi tumpul
B. Menghasilkan kondisi yang mendesak dan tindakan yang berlebihan	B. Menghasilkan ketidakberdayaan dan keputusan
C. Kehilangan energy	C. Kehilangan motivasi, cita-cita, harapan
D. Menyebabkan gangguan kecemasan	D. Mengarah padaparanoid, sikap acuh tak acuh, dan depresi
E. Kerusakan utama pada fisik	E. Kerusakan utama berupa ketidakstabilan secara emosional

Sumber : Data Primer

Dari keterangan diatas dapat disimpulkan bahwa kondisi *burnout* berbeda dengan stres. Pekerja yang mengalami *burnout* akan cenderung diam dan terlihat tanpa daya, hal ini terjadi karena hilangnya motivasi dan semangat

yang berakibat pada ketidak berdayaan. Pada kondisi stres, pekerja cenderung menjadi lebih aktif dan agresif secara emosional. Penderita *burnout* maupun stres sama-sama mengalami masalah terutama dalam pekerjaan. Namun responnya berbeda. Stres yang berkepanjangan dapat berpotensi menjadi *burnout*. Sedangkan kondisi yang dialami oleh pekerja belum tentu disebabkan oleh stres.

Burnout adalah psikologi yang digunakan untuk menggambarkan kegagalan dan kelesuan akibat tuntutan yang terlalu membebani tenaga dan kemampuan seseorang. Istilah ini pertama kali diperkenalkan oleh Freudenberg pada tahun 1974. Penelitian mengenai topik ini awalnya dilakukan di bidang pendidikan, terutama pada guru yang mengalami penurunan kinerja yang disebabkan oleh *burnout*.

Stamm, B (2005) dalam ProQUOL Manual menjelaskan *burnout* dalam perspektif penelitian, yaitu diasosiasikan dengan perasaan tanpa harapan dan kesulitan untuk melakukan pekerjaan atau kesulitan mengerjakan pekerjaan secara efektif. Selanjutnya Stamm menjelaskan bahwa biasanya perasaan negatif itu muncul secara perlahan-lahan. Pekerja akan merasa bahwa usaha yang dilakukan tidak membawa perubahan apapun. Istilah *burnout* pertama kali dikemukakan oleh Freudenberg pada tahun 1970.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Maslach (1982), *burnout* merupakan sindroma (gabungan gejala) kelelahan emosional, depersonalisasi dan penurunan hasrat dalam pencapaian prestasi, yang sering terjadi pada pekerjaan yang sifatnya melayani orang lain. Kondisi ini merupakan pengalaman yang menekan (*stressful*) karena adanya tuntutan yang timbul akibat hubungan interpersonal yang asimetris antara pemberi dan penerima pelayanan. Kalau dibahasakan

secara lebih sederhana, *burnout* ini berkaitan dengan ketidakseimbangan yang terjadi antar pemberi dan penerima pelayanan. Maksud pelayanan di sini dapat dicontohkan seperti hubungan antara atasan dengan bawahan pada suatu perusahaan guru dengan murid dan lain sebagainya.

Ada 3 macam dimensi dari *burnout*:

Kelelahan emosional. Ini merupakan reaksi terhadap kondisi yang dialami pemberi pelayanan (karyawan, guru, dokter dll) karena adanya tuntutan emosional yang dipandang berlebihan dari penerima pelayanan. Sehingga akibat dan hal tersebut terjadi kehilangan minat dan semangat serta rasa lelah dari pemberi pelayanan

Depersonalisasi dimensi yang berkembang lebih lanjut, ditandai oleh perasaan negative pada penerima pelayanan seperti menjaga jarak, tidak berperasaan, kehilangan idealisme, mudah marah dan tersinggung. Penurunan hasrat mencapai prestasi diri. Munculnya respon negative terhadap diri seperti dan prestasi kerja, seperti merasa tidak bahagia, tidak puas, rasa bersalah, merasa gagal, menilai diri sendiri tidak mampu dan sebagainya.

Akibat dari *burnout* ini memang tidak ringan Kita dapat melihat kasus di kota-kota besar tentang meningkatnya jumlah penderita stres yang tidak jarang menyebabkan gangguan kejiwaan, bahkan tindakan terekstrimnya adalah percobaan bunuh diri.

Setiap orang memang punya cara masing masing dalam menanggapi suatu permasalahan yang terjadi pada dirinya atau orang lain. Dan cara apapun itu, sah sah saja dilakukan asalkan tetap berada di bawah alam sadar yang positif.

Berikut Beberapa Cara yang Kiranya Dapat Membantu Mengatasi Gejala Burnout

Mengenali dan menerima diri lebih baik. Mengenali pola perilaku pribadi dapat membantu mengurangi stres dalam hidup. Menurunkan harapan dan bersikap lebih santai dalam bekerja. Tidak lupa luangkan waktu untuk lebih banyak mendengar

Belajar mensyukuri kelebihan atau keberhasilan yang telah dicapai selama ini. Kurangi pemikiran atas yang telah dialami di masa lalu. Menjaga keselarasan dan Keseimbangan hidup secara keseluruhan. Keseimbangan ini bisa dilakukan berbeda pada tiap individu. Sediakan waktu untuk 'me time' (waktu untuk diri sendiri) minimal setengah jam setiap hari guna memulihkan energy dan pikiran mengerjakan kegiatan selanjutnya

Sempatkan diri untuk 'mencuci mata' (berlibur atau mengerjakan hobi Anda) pada akhir pekan

- A. Apa pengertian burnout
- B. Pengertian burnout menurut para ahli
- C. Gejala-gejala burnout
- D. Terjadinya tenadinya burnout
- E. Sumber-Sumber penyebab burmout
- F. Faktor-faktor yang mempengaruhi burnout
- G. Dampak-dampak burnout secara umum
- H. Kesimpulan

DAFTAR PUSTAKA

- Admin 2009, *Pelayanan Prima untuk Pelanggan*. On-line:
[http://: Journalskripsi.com](http://:Journalskripsi.com) diakses pada 13 Januari 2013
- Anorogo, Panji, 1993, *Psikologi Dalam Perusahaan*, Jakarta ;
Rineka Cipta
- Arikunto, Suharsimi, 1996, *Prosedur Penelitian; Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta Rineka Cipta
- Aprilia, 2014. *Pengertian Pelayanan Prima dan Dasar-dasar Pelayanan Prima*. Universitas Airlangga, Surabaya.
Barata
- Dwisutianto, Febby. 2012. *Ini Peringkat Bank Terbaik RI* On-line: detik finance.com
- Fendi, Tjiptono, 2008. *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Andi Offset
- Haida, 2012. *Konsep-konsep Pelayanan Prima*. Yogyakarta.
- Kotler, Philip, 2000. *Marketing Management Millenium*. Edition, Terjemahan
- Maddy, Khairul, 2009, *Hakikat dan Pengertian Pelayanan Prima*. Jakarta ; Chama Digit
- Nawar, Agus, 2002, *Psikologi Pelayanan*. Bandung ; Alfabeta
- Pendit, 2004, *Psikologi Of Service: Sebuah Pengantar dalam Memberikan Pelayanan Secara Paripurna*. Yogyakarta ; Graha Ilmu
- Retnowati, Endah, 2007, *Pengaruh Tingkat Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan Perhiasan Emas pada CV. Sahabat Dinoyo, Jatirejo*, Mojokerto
- Tjiptono, Fandi, 2008, *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta ; Andi Offset
- Tjiptono, Fandi, 1997, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta ; Andi Offset

Tjiptono, Fandi, 1999, *Strategi Pemasaran*, Jakarta ;Rineka
Cipta

PROFIL PENULIS



Nurul Kusuma Wardhany Syah lahir di Ujung Pandang pada tanggal 05 April 1956. Beliau telah menamatkan program Magister Manajemen dan menjadi dosen Akademi Sekretari Manajemen Indonesia (ASMI) sejak tahun 1985 hingga sekarang. Tidak hanya sebagai dosen ASMI, pada tahun 1994 hingga sekarang Beliau menjadi Instruktur Lembaga Pelatihan Alkon pada tahun 2011, Beliau diangkat menjadi dosen Universitas Wijaya Putra hingga sekarang.



Sulistiyani, telah menyelesaikan pendidikan Magister di Universitas Negeri Surabaya dan saat ini masih menjalankan pendidikan doktor di Universitas Negeri Surabaya. Saat ini Beliau menjadi dosen tetap di Yayasan Insan Indonesia Mandiri (YIIM) dan menjabat sebagai Ketua Program Studi Pendidikan Bahasa Inggris di STKIP BIM. Pada tahun 2017, Beliau pernah mengikuti seminar internasional mewakili Universitas Negeri Surabaya di Khon Kaen University Thailand.